

НОВАЯ НАУКА

Международный центр
научного партнерства



NEW SCIENCE

International Center
for Scientific Partnership

ЭКОНОМИКА, ПРАВО, ОБЩЕСТВО СЕГОДНЯ: ОЦЕНКИ, ПРОБЛЕМЫ, ПУТИ РЕШЕНИЯ

Сборник статей XII Международной
научно-практической конференции,
состоявшейся 29 апреля 2025 г.
в г. Петрозаводске

г. Петрозаводск
Российская Федерация
МЦНП «НОВАЯ НАУКА»
2025

УДК 001.12
ББК 70
Э40

Ответственные редакторы:
Ивановская И.И., Кузьмина Л.А.

Э40 Экономика, право, общество сегодня: оценки, проблемы, пути решения : сборник статей XII Международной научно-практической конференции (29 апреля 2025 г.). — Петрозаводск : МЦНП «НОВАЯ НАУКА», 2025. — 154 с. : ил., табл.

ISBN 978-5-00215-763-1

Настоящий сборник составлен по материалам XII Международной научно-практической конференции ЭКОНОМИКА, ПРАВО, ОБЩЕСТВО СЕГОДНЯ: ОЦЕНКИ, ПРОБЛЕМЫ, ПУТИ РЕШЕНИЯ, состоявшейся 29 апреля 2025 года в г. Петрозаводске (Россия). В сборнике рассматривается круг актуальных вопросов, стоящих перед современными экономистами и правоведами. Целями проведения конференции являлись обсуждение практических вопросов современной экономики и права, развитие методов и средств получения научных данных, обсуждение результатов исследований, полученных специалистами в охватываемых областях, обмен опытом. Сборник может быть полезен научным работникам, преподавателям, слушателям вузов с целью использования в научной работе и учебной деятельности.

Авторы публикуемых статей несут ответственность за содержание своих работ, точность цитат, легитимность использования иллюстраций, приведенных цифр, фактов, названий, персональных данных и иной информации, а также за соблюдение законодательства Российской Федерации и сам факт публикации.

Полные тексты статей в открытом доступе размещены в Научной электронной библиотеке Elibrary.ru в соответствии с Договором № 467-03/2018К от 19.03.2018 г.

УДК 001.12
ББК 70

ISBN 978-5-00215-763-1

© Коллектив авторов, текст, иллюстрации, 2025
© МЦНП «НОВАЯ НАУКА» (ИП Ивановская И.И.), оформление, 2025

Состав редакционной коллегии и организационного комитета:

Аймурзина Б.Т., доктор экономических наук
Ахмедова Н.Р., доктор искусствоведения
Базарбаева С.М., доктор технических наук
Битокова С.Х., доктор филологических наук
Блинкова Л.П., доктор биологических наук
Гапоненко И.О., доктор филологических наук
Героева Л.М., доктор педагогических наук
Добжанская О.Э., доктор искусствоведения
Доровских Г.Н., доктор медицинских наук
Дорохова Н.И., кандидат филологических наук
Ергалиева Р.А., доктор искусствоведения
Ершова Л.В., доктор педагогических наук
Зайцева С.А., доктор педагогических наук
Зверева Т.В., доктор филологических наук
Казакова А.Ю., доктор социологических наук
Кобозева И.С., доктор педагогических наук
Кулеш А.И., доктор филологических наук
Мантатова Н.В., доктор ветеринарных наук
Мокшин Г.Н., доктор исторических наук
Муратова Е.Ю., доктор филологических наук
Никонов М.В., доктор сельскохозяйственных наук
Панков Д.А., доктор экономических наук
Петров О.Ю., доктор сельскохозяйственных наук
Поснова М.В., кандидат философских наук
Рыбаков Н.С., доктор философских наук
Сансызбаева Г.А., кандидат экономических наук
Симонова С.А., доктор философских наук
Ханиева И.М., доктор сельскохозяйственных наук
Хугаева Р.Г., кандидат юридических наук
Червинец Ю.В., доктор медицинских наук
Чистякова О.В., доктор экономических наук
Чумичева Р.М., доктор педагогических наук

ОГЛАВЛЕНИЕ

СЕКЦИЯ АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ	7
РОЛЬ СИСТЕМЫ ЭЛЕКТРОННОГО ИСПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОИЗВОДСТВА В УКРЕПЛЕНИИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ СТРАНЫ.....	8
<i>Миганова Софья Алексеевна, Газизуллина Лилия Закиевна</i>	
АНАЛИЗ ВЗАИМОСВЯЗИ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ С ПОКАЗАТЕЛЯМИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ	14
<i>Русаков Антон Юрьевич</i>	
ОПТИМИЗАЦИЯ МАРКЕТИНГОВОГО МИКСА (4P) ПРИ МЕЖДУНАРОДНОЙ ЭКСПАНСИИ EDTECH-КОМПАНИЙ	25
<i>Суслов Егор Олегович</i>	
КИБЕРБЕЗОПАСНОСТЬ И ЕЁ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОСЛЕДСТВИЯ	34
<i>Голубец Анастасия Алексеевна, Пастухова Наталья Алексеевна</i>	
ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГА НА РЫНКЕ ТОВАРОВ ПРОМЫШЛЕННОГО НАЗНАЧЕНИЯ.....	39
<i>Хайновский Даниил Игоревич, Тюхай Маргарита Сергеевна</i>	
АНАЛИЗ ОБОРОТНОГО КАПИТАЛА И РАЗРАБОТКА ОПЕРАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ КОМПАНИИ	46
<i>Курбанзаде Шафа Адалят кызы</i>	
СЕКЦИЯ ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА.....	54
ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ НА РЫНКЕ В СФЕРЕ СТОМАТОЛОГИИ.....	55
<i>Мхитарян Мери Арташесовна, Остроумова Виктория Евгеньевна</i>	
ВЛИЯНИЕ МЕЖДУНАРОДНЫХ ВАЛЮТНО-КРЕДИТНЫХ ОТНОШЕНИЙ НА АУДИТ ПРЕДПРИЯТИЙ.....	61
<i>Тулякова Евгения Олеговна, Нефедова Вероника Николаевна</i>	
ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МЕХАНИЗМОВ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РФ	67
<i>Шумакова Валерия Михайловна</i>	
ПЕРВИЧНАЯ АДАПТАЦИЯ ПЕРСОНАЛА КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА	74
<i>Щербакова Мария Сергеевна</i>	
СЕКЦИЯ МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА.....	78
ПРОБЛЕМЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ В СИСТЕМЕ КОРПОРАТИВНОГО РАЗВИТИЯ.....	79
<i>Есаулков Сергей Дмитриевич, Сайтбагина Лидия Александровна</i>	

ОЦЕНКА ПРИМЕНЕНИЯ ВНЕШНЕТОРГОВЫХ ИНСТРУМЕНТОВ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В РОССИИ	84
<i>Костюченко Виктория Викторовна</i>	
СЕКЦИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЕ И МУНИЦИПАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ	90
РОЛЬ ГОСУДАРСТВА В ФОРМИРОВАНИИ И РЕАЛИЗАЦИИ СОВМЕСТНЫХ ПРОЕКТОВ В МЕЗОЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМАХ НА ПРИМЕРЕ КЛАСТЕРНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ.....	91
<i>Андреева Тамара Александровна</i>	
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЗАКУПОК В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	95
<i>Шепелев Виталий Ильич</i>	
СЕКЦИЯ МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ	100
ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ БИЗНЕС В УЛЬЯНОВСКОЙ ОБЛАСТИ. ЗАБОТА О ПРИРОДЕ КАК КЛЮЧЕВОЕ КОНКУРЕНТНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО В СОЦИАЛЬНОМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ.....	101
<i>Зубова Мария Владимировна</i>	
К-BEAUTY: ФАКТОРЫ УСПЕХА ЮЖНОКОРЕЙСКОЙ КОСМЕТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ И МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ НА МЕЖДУНАРОДНОМ РЫНКЕ	107
<i>Никитина Наталья Дмитриевна, Морозова Евдокия Сергеевна</i>	
СЕКЦИЯ АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ НАУК.....	118
ВЗГЛЯД МОЛОДЕЖИ НА СЕМЬЮ КАК ЦЕННОСТЬ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ	119
<i>Саидмуратова Диляра Батырджановна, Хоснуллина Гульчачак Разамировна, Степанова Елена Юрьевна</i>	
СЕКЦИЯ УГОЛОВНОЕ ПРАВО И КРИМИНОЛОГИЯ	125
СТАЛКИНГ КАК ФОРМА НАРУШЕНИЯ ПРАВА ЧЕЛОВЕКА НА НЕПРИКОСНОВЕННОСТЬ ЧАСТНОЙ ЖИЗНИ.....	126
<i>Аникин Кирилл Игоревич</i>	
СЕКЦИЯ АДМИНИСТРАТИВНОЕ ПРАВО	136
ДИСЦИПЛИНАРНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ.....	137
<i>Головачева Ольга Андреевна</i>	
СЕКЦИЯ БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ И НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ.....	141
НОРМАЛИЗАЦИЯ БУХГАЛТЕРСКОЙ ОТЧЕТНОСТИ В ПРОЦЕССЕ ОЦЕНКИ БИЗНЕСА	142
<i>Ткаченко Даниил Витальевич</i>	

СЕКЦИЯ ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ	148
ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА УПРАВЛЕНИЯ РАСХОДАМИ СУБФЕДЕРАЛЬНОГО БЮДЖЕТА В ИНТЕРЕСАХ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА.....	149
<i>Киреева Ольга Геннадьевна</i>	

**СЕКЦИЯ
АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ
ЭКОНОМИКИ**

**РОЛЬ СИСТЕМЫ ЭЛЕКТРОННОГО ИСПОЛНИТЕЛЬНОГО
ПРОИЗВОДСТВА В УКРЕПЛЕНИИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ
БЕЗОПАСНОСТИ СТРАНЫ**

Миганова Софья Алексеевна

студент

Газизуллина Лилия Закиевна

к.ю.н., доцент

ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский)
федеральный университет»

Аннотация: В статье исследуется значение и влияние системы электронного исполнительного производства (СЭИП) на обеспечение и укрепление экономической безопасности Российской Федерации. Анализируется вклад СЭИП в повышение эффективности взыскания задолженностей, снижение уровня неплатежей и теневой экономики в российском контексте, а также в оптимизацию работы федеральных органов исполнительной власти, ответственных за исполнение судебных решений и внесудебных актов. Особое внимание уделяется технологическим аспектам внедрения и функционирования СЭИП в России, их интеграции с ключевыми государственными информационными системами и мерам по обеспечению информационной безопасности. На основе анализа текущего состояния и перспектив развития электронного исполнительного производства в России, в статье формулируются рекомендации по дальнейшему совершенствованию СЭИП в целях повышения уровня экономической безопасности страны.

Ключевые слова: электронное исполнительное производство, экономическая безопасность, взыскание задолженностей, теневая экономика, судебное исполнение, цифровизация, государственные информационные системы.

**THE ROLE OF THE ELECTRONIC ENFORCEMENT SYSTEM
IN STRENGTHENING THE ECONOMIC SECURITY
OF THE COUNTRY**

**Miganova Sofya Alekseevna
Gazizullina Lilia Zakievna**

Abstract: The article explores the importance and impact of electronic enforcement system (SEIP) on ensuring and strengthening the economic security of the Russian Federation. The article analyzes the contribution of the SEIP to improving the efficiency of debt collection, reducing the level of non-payments and the shadow economy in the Russian context, as well as to optimizing the work of federal executive authorities responsible for the enforcement of court decisions and extrajudicial acts. Special attention is paid to the technological aspects of the implementation and operation of SEIPS in Russia, their integration with key government information systems and information security measures. Based on the analysis of the current state and prospects for the development of electronic enforcement proceedings in Russia, the article formulates recommendations for further improvement of the SEIP in order to increase the level of economic security of the country.

Key words: electronic enforcement proceedings, economic security, debt collection, shadow economy, judicial enforcement, digitalization, state information systems.

В современном мире, где цифровые технологии проникают во все сферы государственного управления и экономики, обеспечение экономической безопасности Российской Федерации приобретает особую актуальность. Одним из ключевых инструментов в решении этой многогранной задачи выступают система электронного исполнительного производства. Ее внедрение и развитие оказывают существенное влияние на повышение эффективности взыскания задолженностей, снижение уровня неплатежей и теневой экономики, а также на оптимизацию деятельности федеральных органов исполнительной власти, ответственных за исполнение судебных решений и внесудебных актов.

Экономическая безопасность государства является фундаментом его стабильного развития и благополучия граждан. Она характеризуется состоянием защищенности национальных экономических интересов от внутренних и внешних угроз, способностью национальной экономики к устойчивому росту, обеспечению конкурентоспособности и поддержанию достойного уровня жизни населения. Одним из серьезных вызовов

экономической безопасности является проблема неисполнения финансовых обязательств, которая влечет за собой целый ряд негативных последствий, включая снижение ликвидности предприятий, рост взаимных долгов, сокращение инвестиционной активности и, как следствие, замедление экономического роста.

В этом контексте система электронного исполнительного производства представляют собой качественно новый этап в организации процесса принудительного исполнения. Традиционные, преимущественно бумажные процедуры исполнительного производства зачастую отличались длительностью, сложностью, подверженностью бюрократическим проволочкам и возможностями для недобросовестных должников уклоняться от своих обязательств.

В 2019 году президиум Правительственной комиссии по цифровому развитию одобрил концепцию суперсервиса «Цифровое исполнительное производство», которое разрабатывалось ФССП России совместно с Министерством цифрового развития, связи и массовых коммуникаций РФ [1]. В 2020 году проект уже был реализован и начал свою работу, по данным ведомства, на принудительном исполнении находилось более 110 млн документов (на 8 млн больше, чем в 2019 году).

Согласно данным статистики Минцифр РФ на данный момент благодаря сервису было подано 73 млн заявлений и ходатайств, 168 млн запросов о наличии и ходе исполнительного производства, а также сформировано и отправлено 7,08 млрд уведомлений, направленных в личный кабинет на Госуслугах посредством подсистемы «Государственная электронная почтовая система» [2].

Внедрение СЭИП позволило осуществить переход к безбумажному юридически значимому документообороту, автоматизировать ключевые этапы исполнительного производства и обеспечить оперативное взаимодействие между всеми его участниками: Федеральной службой судебных приставов, судами, банками, органами государственной власти и взыскателями.

Одним из важнейших аспектов влияния СЭИП на экономическую безопасность является повышение эффективности взыскания задолженностей. Автоматизация процессов формирования и направления исполнительных документов, электронный обмен данными между участниками процесса, возможность оперативного получения информации об имущественном

положении должника и применения мер принудительного исполнения в электронном виде существенно сокращают временные затраты на каждом этапе [3, 30]. Это приводит к более быстрому восстановлению нарушенных прав взыскателей, увеличению оборачиваемости средств в экономике и снижению рисков возникновения новых неплатежей.

Кроме того, СЭИП играет значительную роль в снижении уровня теневой экономики. Прозрачность и подотчетность всех действий, совершаемых в рамках электронного исполнительного производства, затрудняют сокрытие доходов и имущества должниками. Возможность оперативного выявления активов, находящихся в различных регионах страны и в различных формах собственности, делает менее эффективными схемы уклонения от исполнения обязательств. Это способствует легализации экономических отношений и увеличению налоговых поступлений в бюджетную систему страны, что является важным фактором укрепления экономической безопасности.

Внедрение СЭИП также приводит к оптимизации работы федеральных органов исполнительной власти, в первую очередь ФССП России. Автоматизация рутинных операций, таких как формирование процессуальных документов, ведение учета исполнительных производств, направление запросов и получение ответов, позволяет судебным приставам-исполнителям высвободить время для выполнения более сложных и требующих аналитических способностей задач. Это способствует повышению производительности труда, снижению административных издержек и более эффективному использованию кадровых ресурсов.

Важным фактором, усиливающим положительное влияние СЭИП на экономическую безопасность, является его интеграция с ключевыми государственными информационными системами. Взаимодействие с базами данных Федеральной налоговой службы, Росреестра, ГИБДД, Социального фонда РФ и других ведомств позволяет оперативно получать актуальную информацию о должниках, их имуществе, доходах и обязательствах. Это значительно повышает эффективность розыска имущества, применения мер принудительного исполнения и, как следствие, увеличивает вероятность реального взыскания задолженности.

Однако, наряду с очевидными преимуществами, развитие и функционирование СЭИП сопряжены с необходимостью уделения особого внимания вопросам информационной безопасности. Обработка большого

объема персональных данных, сведений о финансовом состоянии граждан и организаций требует обеспечения надежной защиты от несанкционированного доступа, утечек, модификации и уничтожения информации [4]. Внедрение современных технологий защиты, регулярное проведение аудитов безопасности и повышение уровня осведомленности пользователей являются критически важными условиями для обеспечения доверия к СЭИП и его эффективного использования.

Для дальнейшего повышения роли СЭИП в укреплении экономической безопасности России необходимо реализовать ряд стратегических направлений и рекомендаций:

1. Углубление интеграции СЭИП с новыми государственными информационными системами и расширение спектра доступных для оперативного получения данных.

2. Совершенствование механизмов межведомственного электронного взаимодействия в рамках исполнительного производства, включая упрощение процедур обмена информацией и сокращение сроков получения необходимых сведений.

3. Повышение уровня автоматизации исполнительного производства за счет внедрения технологий искусственного интеллекта и машинного обучения для анализа данных, прогнозирования эффективности взыскания и выявления потенциальных схем уклонения от исполнения обязательств.

4. Усиление мер по обеспечению информационной безопасности СЭИП, включая внедрение передовых криптографических методов защиты, систем обнаружения и предотвращения вторжений, а также регулярное тестирование на проникновение.

5. Развитие системы обучения и повышения квалификации сотрудников ФССП России в области использования современных информационных технологий и обеспечения информационной безопасности.

6. Обеспечение стабильного и достаточного финансирования для модернизации и развития технической инфраструктуры СЭИП.

7. Совершенствование нормативно-правового регулирования в сфере электронного исполнительного производства с учетом динамично развивающихся информационных технологий и возникающих практических вопросов.

В заключение следует подчеркнуть, что система электронного исполнительного производства являются одним из важнейших инструментов в обеспечении экономической безопасности Российской Федерации. Их эффективное функционирование способствует снижению уровня неплатежей, выведению экономики из тени, оптимизации работы государственных органов и, в конечном итоге, укреплению финансовой стабильности и защищенности национальных экономических интересов. Последовательная реализация мер по дальнейшему развитию и совершенствованию СЭИП, с учетом вопросов информационной безопасности и интеграции с другими государственными информационными системами, будет способствовать устойчивому социально-экономическому развитию страны.

Список литературы

1. Цифровое исполнительное производство: получение информации за 30 секунд, отсутствие необходимости личного взаимодействия с приставами, вынесение ряда решений в автоматическом режиме [Электронный ресурс] // Информационно-правовой портал Гарант. – URL: <https://www.garant.ru/article/1465593/?ysclid=m9jngk7zg9780800056> (дата обращения: 23.04.2025).
2. Цифровое исполнительное производство [Электронный ресурс] // Минцифры РФ. – URL: <https://digital.gov.ru/activity/gosuslugi/czifrovoe-ispolnitelnoe-proizvodstvo> (дата обращения: 23.04.2025).
3. Фармацевтическая информатика: государственные органы в регулировании работы провизора: учебное пособие / Е.Ю. Куклин, К.Г. Ноздрачев, В.В. Богданов, Л.А. Лунева. — Красноярск: КрасГМУ им. проф. В.Ф. Войно-Ясенецкого, 2021. — 85 с. — Текст: электронный. — URL: <https://e.lanbook.com/book/459464> (дата обращения: 23.04.2025).
4. Об информации, информационных технологиях и о защите информации: [федер. закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ (ред. от 23.11.2024)] // Собрание законодательства РФ. – 31.07.2006. - № 31 (часть 1). – ст. 3448.

© С.А. Миганова, Л.З. Газизуллина

**АНАЛИЗ ВЗАИМОСВЯЗИ РАЗВИТИЯ
ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ С ПОКАЗАТЕЛЯМИ
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ**

Русаков Антон Юрьевич

аспирант

ФГБОУ ВО «Марийский государственный университет»

Аннотация: В данной статье рассматривается взаимосвязь развития туристической отрасли с показателями социально-экономического развития. В ходе подготовки статьи был использован метод корреляционно-регрессионного анализа, статистического анализа социально-экономических показателей. Научная новизна заключается в создании теоретических основ и методических инструментов в изучении развития туристической отрасли в регионах РФ. Практическая ценность полученных результатов заключается в статистической оценке региональных туристических рынков.

Ключевые слова: туристическая отрасль, среднемесячная номинальная начисленная заработная плата, среднегодовая численность населения, корреляционно-регрессионный анализ, коэффициенты корреляции.

**ANALYSIS OF THE RELATIONSHIP BETWEEN
THE DEVELOPMENT OF THE TOURISM INDUSTRY
AND INDICATORS OF SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT**

Rusakov Anton Yuryevich

Abstract: This article examines the relationship between the development of the tourism industry and the indicators of socio-economic development. In the course of preparing the article, the method of correlation and regression analysis, statistical analysis of socio-economic indicators was used. The scientific novelty of the study lies in the creation of theoretical foundations and methodological tools in studying the development of the tourism industry in the regions of the Russian Federation. The practical value of the results obtained lies in the statistical assessment of regional tourism markets.

Key words: tourism industry, average monthly nominal accrued wages, average annual population, correlation and regression analysis, correlation coefficients.

ВВЕДЕНИЕ

Туристическая индустрия – это не только одна из крупнейших, но и одна из самых быстрорастущих отраслей мировой экономики. Многие страны видят в туризме ключевой фактор экономического развития регионов, поскольку он способствует диверсификации экономики, созданию рабочих мест и привлечению инвестиций, а также стимулирует инновационную деятельность.

Туризм может положительно влиять на экономику страны, улучшая ее торговый баланс, создавая рабочие места и увеличивая общий доход и объем производства. Однако он также может приводить к деградации окружающей среды. Из-за разнообразия и раздробленности туристической индустрии, сложно точно определить ее вклад в экономику.

Официальные данные, скорее всего, недооценивают реальный экономический вклад туризма. Туристы стимулируют не только туристический сектор, но и такие отрасли, как розничная торговля и индустрия развлечений. Направляя инвестиции в развитие человеческого капитала и перспективные проекты, мы сможем максимально использовать потенциал туризма для стимулирования экономического роста и создания новых рабочих мест.

В условиях сложных социально-экономических и геополитических реалий, туристическая отрасль в России оказалась в числе наиболее уязвимых. Государственная поддержка, оказываемая туроператорам, авиакомпаниям, гостиницам и потребителям, важна, но недостаточна. Для обеспечения устойчивого развития туризма в каждом регионе РФ необходимо активно разрабатывать и внедрять собственные, внутренние стратегии и механизмы.

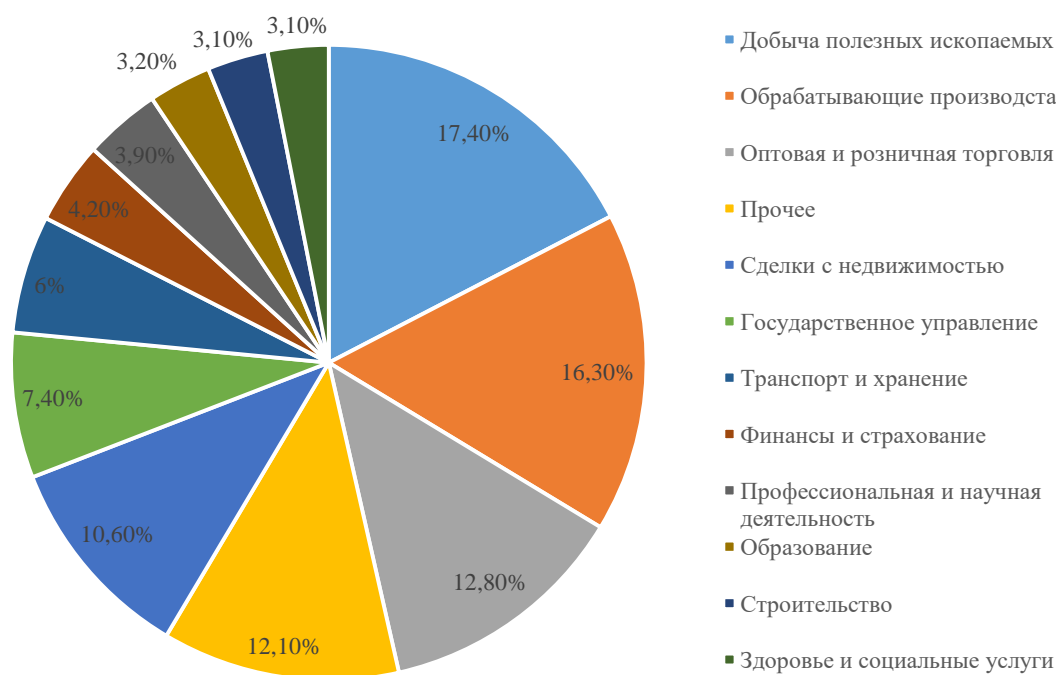
ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

Данные для исследования были взяты из официальной статистики Росстата и Ростуризма, размещенной на их сайтах.

Исследование было направлено на изучение структуры и развития туризма в России. Для этого были рассмотрены теоретические и методологические аспекты исследования туризма, а также проведен экономико-

статистический анализ, включающий основные показатели, характеризующие развитие отрасли.

В структуре ВВП Российской Федерации в 2022 году, рассчитанной по валовой добавленной стоимости в основных ценах, наибольший удельный вес приходился на добычу полезных ископаемых, обрабатывающие производства и сектор оптовой и розничной торговли (Рисунок 1).



**Рис. 1. Распределение источников ВВП РФ
по сферам деятельности, %**

Источник: составлено автором на основе данных Росстата

Рост, наблюдаемый в добыче полезных ископаемых, строительстве, государственном управлении, сельском хозяйстве и гостиничном бизнесе, характерен не только для Российской Федерации в целом, но и для отдельных регионов. По сравнению с 2021 годом, увеличение объемов в этих секторах обусловлено повышением спроса внутри страны.

В связи с ограничениями и санкциями, повлиявшими на туристическую отрасль, все больше людей выбирают отдых в России (Рисунок 2).

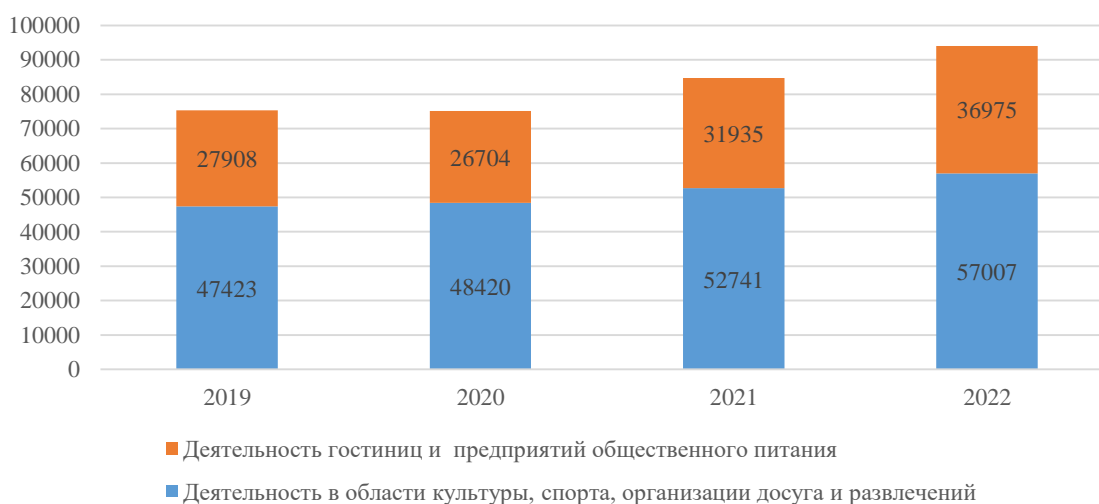


Рис. 2. Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников организаций по видам экономической деятельности, руб.

Источник: составлено автором на основе данных Росстата

Данные, представленные на рисунке 2, свидетельствуют о растущем интересе к работе в сфере культуры, развлечений и гостеприимства.

В России наблюдается положительная динамика в сфере туризма. Согласно официальной статистике, на 1 января 2023 года зарегистрировано 8 616 499 туристических поездок по стране. Зафиксирована положительная динамика в сфере туризма, выражающаяся в увеличении числа обслуженных туристов и количества туристических фирм. Для сравнения, на 1 января 2022 года количество обслуженных туристов составляло 8 318 513, что на 3,5% ниже текущего значения.

Расширение туристической индустрии и увеличение числа обслуживаемых туристов оказывает положительное влияние на рынок труда, приводя к практически полной занятости населения, обусловленной вовлеченностью трудовых ресурсов в процессы, связанные с удовлетворением потребностей туристов. Это содействует развитию рынка труда, который играет важнейшую роль в социально-экономической стратегии государства. Вместе с тем, следует учитывать потенциальное увеличение уровня безработицы, которое оказывает дестабилизирующее воздействие на экономическую и социальную сферы. Неэффективное использование трудовых ресурсов негативно влияет на экономический рост, а социальная сфера подвергается деформациям, в том числе под влиянием криминогенных факторов.

ЭКОНОМИКА, ПРАВО, ОБЩЕСТВО СЕГОДНЯ: ОЦЕНКИ, ПРОБЛЕМЫ, ПУТИ РЕШЕНИЯ

Анализ данных, представленных на рисунке 3, свидетельствует об увеличении среднегодовой численности экономически активного населения к 2022 году. Однако к 2022 году среднегодовая численность работников не достигла докризисных показателей, что говорит о недостаточном притоке новых работников на рынок труда.

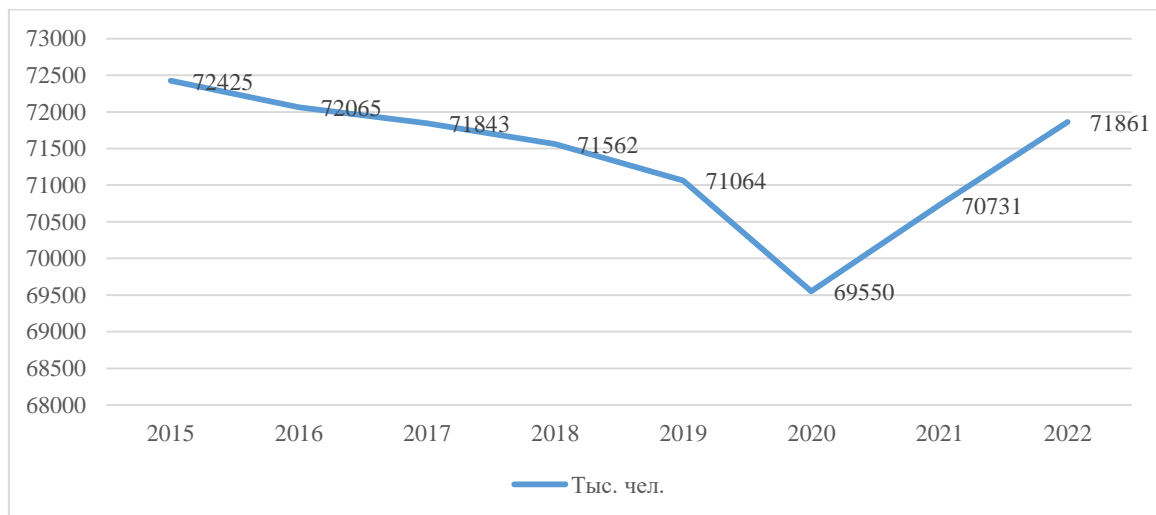


Рис. 3. Среднее число занятых в экономике за каждый год в период с 2015 по 2022, тыс. чел.

Источник: составлено автором на основе данных Росстата

На туристический поток оказывают существенное влияние такие факторы, как социальное благосостояние, культурная среда и экономическое положение регионов. В связи с этим, анализ социально-экономических показателей является необходимым условием для планирования и реализации эффективных стратегий развития туристической отрасли.

Для выявления причинно-следственных связей и более глубокого понимания явления, мы применим статистические методы, включая коэффициенты ранговой корреляции, чтобы оценить, как изменения в одних переменных влияют на другие. Вместо простого перечисления данных, мы изучим, как изменение социально-экономических факторов влияет на количество российских туристов, отправляющихся в путешествия через туристические фирмы. Мы будем искать причинно-следственные связи, чтобы понять, какие факторы оказывают наибольшее влияние на туристический поток.

*ЭКОНОМИКА, ПРАВО, ОБЩЕСТВО СЕГОДНЯ:
ОЦЕНКИ, ПРОБЛЕМЫ, ПУТИ РЕШЕНИЯ*

Для проведения корреляционно-регрессионного анализа были выбраны следующие показатели:

x_1 – Численность населения, тыс. чел.;

x_2 – Среднегодовая численность занятых, тыс. чел.;

x_3 – Среднегодовая численность занятых в деятельности гостиниц и предприятий общественного питания, тыс. чел.;

x_4 – Величина прожиточного минимума, руб. в месяц;

x_5 – Количество преступлений, ед.;

x_6 – Число учреждений культурно-досугового типа, ед.;

x_7 – Число коллективных средств размещения, ед.;

x_8 – Число туристических фирм, ед.;

x_9 – Число турпакетов, реализованных населению, ед.;

x_{10} – Объем платных услуг на душу населения, рублей.

В результате анализа влияния различных факторов на численность туристов, выезжающих за границу, было получено следующее уравнение множественной регрессии:

$$\hat{y}_x = 21,26 + 0,003x_1 + 0,0499x_2 + 1,156x_3 - 0,003x_4 + 0,001x_5 - 0,001x_6 + 0,001x_7 + 0,025x_8 + 0,911x_9 + 0,001x_{10}$$

Для выявления наиболее важных факторов, определяющих численность российских туристов, отправляемых в туры, в системе STATISTICA применялись пошаговые методы исключения и включения переменных:

x_2 – Среднегодовая численность занятых, тыс. чел.;

x_3 – Среднегодовая численность занятых в деятельности гостиниц и предприятий общественного питания, тыс. чел.;

x_4 – Величина прожиточного минимума, руб. в месяц;

x_9 – Число турпакетов, реализованных населению, ед.;

x_{10} – Объем платных услуг на душу населения, рублей.

Результатом построения модели множественной регрессии является следующее уравнение:

$$\hat{y}_x = 19,149 + 0,035x_2 + 1,102x_3 - 0,003x_4 + 0,978x_9 + 0,001x_{10}$$

Результаты анализа уравнения позволяют заключить, что среднегодовая численность занятых в сфере гостиничного и ресторанного обслуживания (x_3) является наиболее значимым предиктором численности российских туристов, отправленных в туры туристскими фирмами (y). Предполагается, что

увеличение занятости в этих секторах экономики способствует росту спроса на туристические услуги и, соответственно, увеличению туристического потока.

Последующее по силе воздействия на итоговый результат – это объем продаж турпакетов (x_9). Наблюдается прямая зависимость: рост числа реализованных турпакетов влечет за собой увеличение числа российских туристов, пользующихся услугами туристических компаний. Однако стоит отметить контринтуитивное влияние прожиточного минимума (x_4). Его снижение, вероятно, обусловленное падением цен на товары, входящие в потребительскую корзину, парадоксальным образом стимулирует рост туристического потока из России.

Объем платных услуг на душу населения (x_{10}) оказывает непосредственное положительное влияние на результативный показатель. Увеличение доступности и разнообразия платных услуг стимулирует рост туристического потока, поскольку туристы активно приобретают эти услуги.

Уравнение, приведенное к стандартному виду, выглядит так:

$$t_{yx} = 0,477x_2 + 0,465x_3 - 0,188x_4 + 0,75x_9 + 0,207x_{10}$$

Коэффициент детерминации, превышающий 0,7, указывает на хорошее качество построенной модели. Полученное значение (R^2), равное 0,84, свидетельствует о высокой степени объяснения дисперсии зависимой переменной независимыми переменными. Модель, учитывающая определенные факторы, позволяет объяснить значительную часть (84%) изменчивости в количестве российских туристов, отправленных в туры турфирмами. Оставшиеся 16% результативности приходятся на долю неучтенных факторов.

Анализ с использованием F-критерия Фишера показал, что модель множественной регрессии в целом статистически значима и надежна. Наблюдаемое значение F (159.73) превосходит критическое значение (7.75), что позволяет сделать вывод о значимости модели (Таблица 1).

Таблица 1

**Результаты анализа с использованием частных критериев Фишера,
показывающие, какие факторы оказывают существенное влияние
на количество российских туристов, отправляемых
в туры туристическими фирмами**

Показатели F-критерий	Значения
Частный критерий Фишера x_2	14,72

*ЭКОНОМИКА, ПРАВО, ОБЩЕСТВО СЕГОДНЯ:
ОЦЕНКИ, ПРОБЛЕМЫ, ПУТИ РЕШЕНИЯ*

Продолжение таблицы 1

Частный критерий Фишера x_3	9,37
Частный критерий Фишера x_4	7,16
Частный критерий Фишера x_9	60,29
Частный критерий Фишера x_{10}	7,63
Fтабл	3,96

Результаты F-теста показывают, что факторные признаки оказывают значимое влияние на зависимую переменную, поэтому их следует включить в модель. Точность построенной модели была подтверждена проверкой с использованием средней ошибки аппроксимации. Результаты показали, что ошибка не превышает 10%, что свидетельствует о высокой точности модели ($\bar{A} = 6,607\%$).

С целью определения влияния социально-экономических факторов на объемы выездного туризма из России, были рассчитаны частные коэффициенты корреляции между каждым из этих факторов и численностью туристов, отправленных туристическими компаниями (Табл. 2).

Конкурентоспособность туристической отрасли повысится благодаря увеличению количества, улучшению качества и доступности средств размещения, а также их удобному расположению, что сделает туристические поездки более привлекательными для клиентов. Размещение отелей и других средств размещения в регионе оказывает прямое воздействие на туристическую индустрию и, в конечном итоге, на экономику страны.

Таблица 2

**Значения частных коэффициентов корреляции для показателей,
влияющих на численность российских туристов, отправленных
туристическими фирмами в туры**

Показатели	Значения
x_1 – Численность населения, тыс. чел.;	0,652
x_2 – Среднегодовая численность занятых, тыс. чел.;	0,668
x_3 – Среднегодовая численность занятых в деятельности гостиниц и предприятий общественного питания, тыс. чел.;	0,794
x_4 – Величина прожиточного минимума, руб. в месяц;	-0,183
x_5 – Количество преступлений, ед.;	0,611

*ЭКОНОМИКА, ПРАВО, ОБЩЕСТВО СЕГОДНЯ:
ОЦЕНКИ, ПРОБЛЕМЫ, ПУТИ РЕШЕНИЯ*

Продолжение таблицы 2

x_6 – Число учреждений культурно-досугового типа, ед.;	0,545
x_7 – Число коллективных средств размещения, ед.;	0,772
x_8 – Число туристических фирм, ед.;	0,620
x_9 – Число турпакетов, реализованных населению, ед.;	0,893
x_{10} – Объем платных услуг на душу населения, рублей.	0,421

Существует тесная взаимосвязь между среднегодовой численностью занятых в гостиничном и ресторанном бизнесе (x_3) и общей среднегодовой численностью занятых (x_2). Ввиду высокой доли занятости в сфере туризма, экономическая стабильность значительной части работающего населения обусловлена потребительским спросом на туристические услуги. Благодаря туризму страна и регионы могут получить новые возможности для трудоустройства населения и развития экономики, поскольку туристическая деятельность способствует созданию рабочих мест и стимулирует рост других секторов. На результативность сильно влияет уровень преступности (x_5), который является важным социальным фактором. Растущая значимость безопасности в туризме приводит к тому, что она становится важным инструментом в конкурентной борьбе за туристов, особенно иностранных. Восприятие безопасности в регионе напрямую влияет на выбор путешественников и, как следствие, на объемы въездного туризма.

Слабая корреляция наблюдается с переменной x_6 , обозначающей количество учреждений культурно-досугового типа. В сфере туризма культурно-досуговые организации выполняют ряд важных функций: они способствуют сохранению и продвижению культуры, истории и традиций территорий, учитывают интересы туристов и участвуют в планировании развития туристической индустрии.

ВЫВОДЫ

Результаты исследования свидетельствуют о наличии значимой корреляции между развитием туристической сферы и показателями социально-экономического развития регионов. На основе анализа структуры и развития российского туризма была проведена оценка его экономического влияния, определены ключевые направления для дальнейшего роста и выявлены возможности для привлечения инвестиций, способствующих экономическому

развитию. Это исследование позволяет оценить воздействие туризма на общество и культуру, а также предложить стратегии для развития более экологичного и социально ответственного туризма. Результаты исследования не только расширяют теоретические знания о туризме, но и способствуют разработке более эффективных методов анализа и созданию ценной базы данных для будущих исследований и практических применений. Это играет важную роль в продвижении туристической науки, а также в создании эффективных стратегий развития туризма, которые подкреплены научными исследованиями и реальным опытом. Поэтому изучение того, как устроен и развивается туризм в России, важно для развития экономики, общества и науки.

Однако современная ситуация характеризуется снижением численности занятого населения и требует тщательного анализа потенциального влияния на экономические показатели регионов. Будущее российского туризма определяется тем, насколько успешно Россия сможет создать имидж привлекательной для туристов страны, что повлечет за собой рост и в других отраслях экономики.

Список литературы

1. Бабаева, Л.И. Развитие туризма как важный фактор повышения качества жизни населения и сокращения бедности // *International journal of economy and innovation*, 2022. Vol.29.–174–177с.
2. Болдырева, С.В. Влияние туризма на социально-экономическое развитие региона: обобщение российского и зарубежного опыта // *Региональная экономика: теория и практика*. – 2018. – Т. 16, №5–С.972-988.
3. Кистанов, В.В. Региональная экономика России: Учебник / В.В. Кистанов, Н.В.Копылов. - М.: Финансы и статистика, 2015.– 584с.
4. Малугин, В.А. Математический анализ для экономистов: учебник и практикум для СПО / В. А. Малугин. – 3-е изд., перераб. и доп. –М.: Издательство Юрайт, 2018. – 557 с.
5. Раимова, М. Д. Пути ускорения развития туризма и повышения его роли в экономике / М.Д. Раимова, С.И. Махатов –*GospodarkaiInnowacje.*, 2022. – 395-400 с.
6. Регионы России. Социально-экономические показатели, 2022: Статистический сборник. / Росстат. – М., 2022. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/>. (дата обращения: 03.07.2024).

7. Российская государственная библиотека [Электронный ресурс]. – URL:<https://dlib.rsl.ru/> – (дата обращения 14.06.2024).

8. Русина, А.Н., Карпычева. О.В., Якимова. Е.А., Лихман. Д.А. Перспективы развития внутреннего туризма в современных условиях // Экономика, предпринимательство и право. – 2021. – Том 11. – № 10. – С.2343

9. Симонян, Г.А., Сарян А.А. Стратегические цели и задачи развития внутреннего туризма в новых условиях // Современная научная мысль. 2022. № 6. С.266-273.

10. Симчера В.М. Методы многомерного анализа статистических данных: учеб. пособие. – М.: Финансы и статистика, 2020.– 400с.: ил.

© А.Ю. Русаков

**ОПТИМИЗАЦИЯ МАРКЕТИНГОВОГО МИКСА (4P)
ПРИ МЕЖДУНАРОДНОЙ ЭКСПАНСИИ EDTECH-КОМПАНИЙ**

Суслов Егор Олегович
магистр

Научный руководитель: **Шевчук Екатерина Владимировна**
к.ф.н., доцент

Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

Аннотация: В статье рассматриваются современные подходы к оптимизации элементов маркетингового микса 4P. Проведен анализ ключевых стратегий совершенствования продукта, ценообразования, дистрибуции и коммуникаций. Особое внимание в работе уделяется цифровой трансформации традиционных маркетинговых инструментов.

Ключевые слова: маркетинг-микс, 4P, оптимизация, продукт, цена, дистрибуция, продвижение.

**MARKETING MIX OPTIMIZATION (4P) DURING INTERNATIONAL
EXPANSION OF EDTECH COMPANIES**

Suslov Egor Olegovich

Scientific adviser: **Shevchuk Ekaterina Vladimovna**

Abstract: The article discusses modern approaches to optimizing the elements of the 4P marketing mix. An analysis of key strategies for improving the product, pricing, distribution and communications is carried out. Particular attention in this article is paid to the digital transformation of traditional marketing tools.

Key words: marketing mix, 4P, optimization, product, price, distribution, promotion.

Введение

Концепция маркетинг-микса 4P, впервые предложенная Джеромом Маккарти в 1960 году, остается фундаментальной основой для разработки

маркетинговых стратегий [1]. Однако в условиях цифровизации экономики и изменения потребительского поведения традиционные подходы требуют существенной корректировки [2]. Актуальность исследования обусловлена необходимостью адаптации классической модели 4P к современным рыночным реалиям.

1. Product (Продукт): современные подходы к оптимизации

Современная товарная политика в условиях цифровой экономики требует комплексного подхода к управлению продуктом, который должен учитывать как традиционные аспекты товарного маркетинга, так и новые технологические возможности [3]. В данном контексте важнейшим направлением оптимизации продукта становится его цифровизация, которая проявляется в нескольких ключевых аспектах. Прежде всего, это внедрение интернета вещей (IoT) в физические товары, что позволяет создавать «умные» продукты с расширенными функциональными возможностями и возможностью удаленного мониторинга и управления. Например, современные бытовые приборы от ведущих производителей теперь оснащаются датчиками и модулями связи, позволяющими не только дистанционно контролировать их работу, но и получать аналитические данные об использовании [4].

Кроме того, цифровизация продукта предполагает развитие сервисных компонентов, которые дополняют физический товар и значительно повышают его потребительскую ценность. Это может выражаться в создании мобильных приложений для управления продуктом, облачных сервисов для хранения и обработки данных, а также систем предиктивного обслуживания. Важно отметить, что согласно исследованиям Gartner, к 2025 году более 50% стоимости продукта будет приходиться именно на его цифровые и сервисные компоненты [4]. Еще одним перспективным направлением является создание цифровых двойников продукции - виртуальных копий физических товаров, которые позволяют моделировать их поведение в различных условиях и оптимизировать процессы разработки и обслуживания.

Особое значение в современной товарной политике приобретает персонализация продукта, которая становится ключевым конкурентным преимуществом в условиях насыщенных рынков. Как показывают исследования McKinsey, около 80% потребителей готовы платить на 10-15% больше за персонализированные товары и услуги, которые учитывают их индивидуальные предпочтения и особенности использования [5]. Это

обусловлено тем, что персонализация создает у покупателей ощущение уникальности продукта и повышает эмоциональную привязанность к бренду. Компании-лидеры активно используют технологии больших данных и искусственного интеллекта для реализации стратегии массовой кастомизации продукции, которая позволяет предлагать индивидуальные решения при сохранении экономии от масштаба производства [6]. Например, такие компании как Nike и BMW успешно внедрили системы, позволяющие клиентам конфигурировать продукты под свои потребности, сохраняя при этом промышленные объемы производства и приемлемый уровень затрат.

2. Price (Цена): инновационные стратегии ценообразования

Цифровая трансформация экономики кардинально изменила традиционные подходы к ценообразованию, создав принципиально новые возможности для оптимизации ценовой политики компаний. В условиях развития технологий больших данных, искусственного интеллекта и повсеместной цифровизации бизнес-процессов на первый план выходят три ключевых направления трансформации ценообразования. Прежде всего, это динамическое ценообразование, основанное на сложных алгоритмах машинного обучения, которые анализируют в реальном времени множество факторов: уровень спроса, поведение конкурентов, сезонные колебания, остатки товарных запасов и даже погодные условия [7]. Ярким примером успешного применения таких систем являются компании авиаперевозок и гостиничного бизнеса, где цены могут меняться несколько раз в день, максимально точно отражая текущую рыночную ситуацию.

Особую актуальность приобретает модель монетизации через подписки (subscription-based pricing), которая трансформирует традиционную парадигму «одноразовых» покупок в долгосрочные отношения с клиентом. Данная модель, активно развиваемая такими компаниями как Adobe, Microsoft и Netflix, предполагает регулярные платежи за доступ к продукту или услуге, что создает предсказуемый денежный поток и повышает лояльность потребителей [7]. При этом современные системы подписок становятся все более гибкими, предлагая различные уровни доступа, бонусные программы и персонализированные условия для разных сегментов клиентов.

Третьим важнейшим направлением является ценовая дискриминация нового поколения, основанная на анализе big data о поведении и предпочтениях потребителей. Современные CRM-системы и платформы анализа данных

позволяют компаниям предлагать индивидуальные ценовые условия практически для каждого клиента, учитывая его покупательскую историю, чувствительность к цене и потенциальную ценность для бизнеса [7]. Однако важно отметить, что такой подход требует особенно внимательного отношения к вопросам этики и защиты персональных данных.

Как демонстрирует исследование Harvard Business Review (2022), внедрение AI-систем ценообразования позволяет компаниям увеличивать маржинальность в среднем на 5-15%, при этом наиболее значительный эффект наблюдается в отраслях с высокой волатильностью спроса и большим ассортиментом продукции [8]. Одновременно с технологическими инновациями особое значение в цифровой среде приобретает психологическое ценообразование, которое теперь учитывает не только традиционные приемы (например, цены вида «9.99»), но и особенности восприятия цен в различных цифровых каналах, влияние социального доказательства, а также эффекты от персонализации ценовых предложений [9]. Комбинация этих подходов создает принципиально новые возможности для оптимизации ценовой стратегии, но одновременно требует от компаний пересмотра традиционных бизнес-процессов и инвестиций в цифровую инфраструктуру.

3. Place (Дистрибуция): трансформация каналов сбыта

Глобальная пандемия COVID-19 стала катализатором беспрецедентных изменений в системе товародвижения, радикально ускорив развитие цифровых каналов дистрибуции и пересмотр традиционных логистических моделей [10]. В новых рыночных условиях сформировались три ключевые тенденции, определяющие современную парадигму распределения товаров и услуг. Наиболее значимым трендом стал стремительный рост продаж по модели direct-to-consumer (D2C), когда производители устанавливают прямые отношения с конечными потребителями, минуя традиционных посредников в виде розничных сетей и дистрибьюторов. Такие компании как Nike, L'Oréal и PepsiCo активно инвестируют в развитие собственных цифровых платформ, что позволяет им не только увеличивать маржинальность бизнеса, но и получать ценные данные о потребительском поведении [11]. По данным McKinsey, за период 2020–2023 годов доля D2C-продаж в общем объеме розничной торговли выросла с 15% до 25%, причем этот рост наблюдается практически во всех товарных категориях.

Параллельно происходит бурное развитие социальной коммерции (social commerce), которая трансформирует привычные социальные сети в полноценные торговые площадки. Особенно ярко эта тенденция проявилась в азиатском регионе, где такие платформы как WeChat и TikTok уже генерируют значительную часть розничных продаж, но в последние два года активный рост социальной коммерции наблюдается и на западных рынках [11]. Характерно, что современные потребители все чаще совершают покупки, не покидая интерфейса социальных сетей, чему способствует совершенствование встроенных платежных систем и появление новых форматов взаимодействия (live commerce, шоппинг-стримы).

Третьей фундаментальной тенденцией стала глубокая интеграция онлайн и офлайн каналов, получившая название «phygital» (физический + цифровой) [11]. Современные потребители ожидают бесшовного опыта взаимодействия с брендом, когда они могут начать покупку в мобильном приложении, продолжить в физическом магазине и завершить через чат-бота в мессенджере. Лидеры розничной торговли, такие как Walmart и IKEA, инвестируют миллиарды долларов в создание единой экосистемы каналов дистрибуции, где цифровые и физические точки продаж не конкурируют, а взаимно усиливают друг друга.

Согласно данным исследования Statista (2023), около 65% покупателей в настоящее время регулярно используют omnichannel-подход при совершении покупок, сочетая различные каналы на разных этапах покупательского пути [12]. Это создает принципиально новые требования к системе дистрибуции: от необходимости синхронизации товарных запасов в режиме реального времени до разработки единых стандартов клиентского сервиса для всех каналов. Компаниям приходится пересматривать свои логистические стратегии, инвестировать в технологии управления цепями поставок нового поколения и перестраивать организационную структуру для эффективного управления гибридными каналами дистрибуции. Как отмечают эксперты Gartner, к 2025 году более 80% розничных компаний будут использовать AI-решения для оптимизации своих дистрибуционных сетей, что позволит существенно повысить их гибкость и адаптивность к быстро меняющимся рыночным условиям [12].

4. Promotion (Продвижение): эволюция маркетинговых коммуникаций

Цифровые технологии произвели революцию в сфере маркетинговых коммуникаций, создав принципиально новые возможности для взаимодействия с потребителями и измерения эффективности рекламных кампаний [13]. Эта трансформация затронула все аспекты коммуникационной стратегии – от выбора каналов до содержания сообщений и методов оценки ROI. В современных условиях можно выделить три основных направления оптимизации маркетинговых коммуникаций, которые определяют их будущее развитие.

Наиболее значимым изменением стал переход от традиционного бренд-маркетинга к performance-маркетингу, где акцент сместился на измеримую эффективность и конкретные бизнес-показатели [14]. Современные цифровые платформы предоставляют маркетологам беспрецедентные возможности для точного таргетинга, A/B-тестирования и анализа конверсии в режиме реального времени. Такие инструменты как программатик-реклама, CPA-сети и атрибуционное моделирование позволяют оптимизировать маркетинговые бюджеты с точностью до конкретного показателя ROI. По данным исследования McKinsey, компании, полностью перешедшие на performance-подход, демонстрируют на 40% более высокую эффективность маркетинговых инвестиций по сравнению с традиционными методами [14].

Вторым ключевым направлением стало активное внедрение интерактивных форматов, в частности технологий дополненной и виртуальной реальности (AR/VR), которые создают принципиально новые возможности для вовлечения аудитории [14]. Ведущие бренды активно используют эти технологии для виртуальных примерочных, 3D-конфигураторов продукции и иммерсивных рекламных кампаний. Например, IKEA успешно применяет AR-приложение, позволяющее клиентам «размещать» мебель в своем интерьере перед покупкой. Такие решения не только повышают вовлеченность, но и значительно снижают процент возвратов, что напрямую влияет на прибыльность бизнеса.

Особое значение в современных коммуникационных стратегиях приобрела персонализация на основе искусственного интеллекта [14]. AI-алгоритмы анализируют огромные массивы данных о поведении потребителей, позволяя создавать индивидуальные сообщения для каждого клиента в нужный

момент и через оптимальный канал. Как показывает исследование Deloitte (2023), персонализированные рекламные сообщения демонстрируют на 30% более высокую конверсию по сравнению с массовыми коммуникациями [15]. При этом наиболее продвинутые компании переходят от простой сегментации аудитории к прогнозируемому маркетингу, где AI не только анализирует прошлое поведение, но и предсказывает будущие потребности клиентов.

Важно отметить, что эти три направления не существуют изолированно – их синергия создает принципиально новое качество маркетинговых коммуникаций. Современные маркетологи комбинируют performance-подход с интерактивными технологиями и персонализацией, создавая комплексные коммуникационные экосистемы. Например, рекламная кампания может начинаться с персонализированного push-уведомления, продолжаться интерактивным AR-опытом и завершаться легко измеримой конверсией. Такой интегрированный подход требует пересмотра традиционных маркетинговых процессов и серьезных инвестиций в цифровые технологии, но, как свидетельствуют данные исследований, обеспечивает существенно более высокую отдачу от маркетинговых инвестиций [15].

Заключение

В современных условиях высокой рыночной волатильности и цифровой трансформации бизнес-среды оптимизация маркетинг-микса 4P требует принципиально нового, системного подхода, который гармонично сочетает проверенные временем традиционные методики с инновационными цифровыми решениями [16]. Как показывают исследования ведущих консалтинговых компаний, наибольшая эффективность достигается не при изолированном совершенствовании отдельных элементов (Product, Price, Place, Promotion), а при их синхронной и взаимосвязанной трансформации, создающей эффект синергии [17]. Такой комплексный подход предполагает глубокую интеграцию всех компонентов маркетинг-микса в единую цифровую экосистему, где данные о продукте автоматически влияют на ценообразование, информация о каналах дистрибуции оптимизирует коммуникации, а аналитика продвижения помогает совершенствовать продукт.

Ключевым аспектом современной оптимизации 4P становится создание цифрового двойника маркетинг-микса – виртуальной модели, которая в режиме реального времени анализирует взаимодействие всех элементов и предлагает решения для их балансировки [18]. Например, динамическое ценообразование

(Price) может автоматически корректироваться на основе данных о наличии товара на складах (Place), его популярности в цифровых каналах (Promotion) и отзывов потребителей (Product). Такой уровень интеграции требует внедрения сложных ERP- и CRM-систем, платформ для сбора и анализа больших данных, а также алгоритмов искусственного интеллекта для прогнозного моделирования [19].

Особое значение в комплексной оптимизации 4P приобретает принцип «цифрового следа», когда каждое взаимодействие с потребителем фиксируется и анализируется во всех четырех измерениях [20]. Например, отказ от покупки в интернет-магазине может быть связан одновременно с недостатками продукта (отсутствие нужной характеристики), ценой (несоответствие ожиданиям), удобством приобретения (сложный процесс оформления заказа) или коммуникацией (недостаточно убедительное описание преимуществ). Только системный анализ всех этих аспектов позволяет выявить истинные причины и разработать сбалансированную стратегию улучшений.

Практика лидирующих компаний показывает, что синхронная трансформация 4P позволяет достичь значительно более высоких результатов, чем поэлементная оптимизация [21]. Так, по данным McKinsey, компании, реализующие комплексный подход к цифровизации маркетинг-микса, демонстрируют в среднем на 25-35% более высокие показатели ROI маркетинговых инвестиций, на 40% более высокую скорость вывода новых продуктов на рынок и на 30% лучшую удержанность клиентов по сравнению с организациями, оптимизирующими элементы 4P изолированно [22]. При этом успешная трансформация требует не только технологических инвестиций, но и пересмотра организационной структуры маркетинговых подразделений, создания кросс-функциональных команд и внедрения новых KPI, оценивающих именно синергетический эффект от взаимодействия всех элементов маркетинг-микса [23].

Список литературы

1. Kotler Ph. Marketing Management. 16th ed. - Pearson, 2021. - 832 p.
2. Chaffey D. Digital Marketing. 7th ed. - Pearson, 2022. - 720 p.
3. Аакер Д. Стратегическое рыночное управление. - СПб: Питер, 2021. - 496 с.
4. Porter M. Competitive Advantage. - Free Press, 2020. - 592 p.

5. McKinsey Digital. The value of personalization. - 2022. - 45 p.
6. Голубков Е.П. Маркетинг. исследования. - М.: Финпресс, 2020. - 544 с.
7. Simon H. Advanced Pricing Strategies. - Springer, 2021. - 410 p.
8. Harvard Business Review. AI in Pricing. - 2022. - № 5. - P. 45-52.
9. Котлер Ф. Основы маркетинга. - М.: Вильямс, 2020. - 800 с.
10. Statista. E-commerce Worldwide. - 2023. - 120 p.
11. Rigby D. The Future of Shopping. - HBR Press, 2021. - 256 p.
12. Deloitte. CMO Survey. - 2023. - 68 p.
13. Райс Э. Позиционирование. - М.: Альпина, 2020. - 302 с.
14. Kumar V. Marketing 4.0. - Wiley, 2021. - 208 p.
15. Nielsen. Global Commerce Review. - 2023. - 84 p.
16. Kotler Ph., Kartajaya H., Setiawan I. Marketing 5.0: Technology for Humanity. - Wiley, 2021. - 256 p.
17. Accenture. CMO Report 2023: The Synergy of Digital and Traditional Marketing. - 2023. - 68 p.
18. Gartner. Digital Twin in Marketing: Emerging Trends 2023. - 2023. - 45 p.
19. Davenport T.H., Guha A., Grewal D. How Artificial Intelligence Will Change the Future of Marketing // Journal of the Academy of Marketing Science. - 2023. - Vol. 51, № 1. - P. 38-57.
20. Microsoft. Digital Transformation in Marketing: Best Practices 2023. - 2023. - 52 p.
21. BCG. The 2023 Marketing Mix Optimization Report. - 2023. - 40 p.
22. McKinsey & Company. The State of Marketing Transformation 2023. - 2023. - 76 p.
23. Deloitte. Next-Generation Marketing Organization. - 2023. - 64 p.

© Е.О. Суслов

КИБЕРБЕЗОПАСНОСТЬ И ЕЁ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОСЛЕДСТВИЯ

Голубец Анастасия Алексеевна

Пастухова Наталья Алексеевна

студенты

Экономический факультет

Российский университет кооперации,

Краснодарский кооперативный институт

Аннотация: В статье рассматривается влияние киберпреступности на экономическую сферу, а также меры, предпринимаемые для защиты финансовых институтов от киберинцидентов. Проанализированы современные тенденции роста убытков от кибератак, приведены данные о динамике экономических потерь в мире и в России. Особое внимание уделено российскому опыту борьбы с киберугрозами в экономике: совершенствованию законодательства, внедрению требований к информационной безопасности в финансовом секторе, а также практическим действиям государства и бизнеса. Подчёркивается необходимость комплексного подхода к обеспечению кибербезопасности как одного из ключевых факторов устойчивого развития экономики.

Ключевые слова: кибербезопасность, киберпреступность, экономические последствия, финансовые убытки, киберугрозы, защита информации, Россия, финансовый сектор, киберустойчивость, борьба с кибермошенничеством.

CYBERSECURITY AND ITS ECONOMIC CONSEQUENCES

Golubets Anastasia Alekseevna

Pastukhova Natalia Alekseevna

Abstract: The article examines the impact of cybercrime on the economic sphere, as well as the measures taken to protect financial institutions from cyber incidents. Current trends in the growth of losses from cyberattacks are analyzed, and data on the dynamics of economic losses worldwide and in Russia is provided.

Special attention is paid to Russia's experience in combating cyber threats in the economy: improvements in legislation, the introduction of information security requirements in the financial sector, as well as practical actions taken by the state and business. The necessity of a comprehensive approach to ensuring cybersecurity as one of the key factors for sustainable economic development is emphasized.

Key words: cybersecurity, cybercrime, economic consequences, financial losses, cyber threats, information protection, Russia, financial sector, cyber resilience, combating cyber fraud.

В современном цифровом мире кибербезопасность стала неотъемлемой частью устойчивого развития бизнеса, государственной инфраструктуры и общества в целом. В условиях стремительного роста количества данных, интернета вещей (IoT), удалённой работы и облачных технологий кибератаки приобретают всё более изощрённые формы. Их последствия выходят за рамки технологических убытков – они напрямую влияют на экономику, устойчивость предприятий и доверие потребителей.

Кибербезопасность – это комплекс мер, стратегий и технологий, направленных на защиту компьютерных систем, сетей и данных от кибератак, несанкционированного доступа, повреждения или кражи. Она охватывает различные аспекты, включая защиту персональных данных, обеспечение конфиденциальности, целостности и доступности информации.

Основные направления кибербезопасности:

1. Сетевая безопасность – защита сетей от вторжений и атак.
2. Безопасность приложений – защита программного обеспечения от уязвимостей.
3. Информационная безопасность – защита данных от несанкционированного доступа.
4. Операционная безопасность – контроль над процессами обработки и хранения информации.
5. Управление инцидентами и восстановление – реагирование на кибератаки и восстановление после них.

Киберпреступления наносят серьёзный финансовый ущерб как отдельным компаниям, так и экономике в целом.

Последствия можно разделить на несколько категорий:

1. Прямые убытки. В основном это финансовые потери от кражи, выкуп за восстановление данных, расходы на ликвидацию последствий.

2. Косвенные убытки. К ним относятся: репутационные потери, снижение рыночной стоимости, юридические издержки.

3. Макроэкономические последствия. Часто выражены в подрыве национальной безопасности, росте затрат на киберстрахование, замедление цифровизации

Экономические последствия киберпреступности многообразны и затрагивают как непосредственно финансовую сферу, так и репутационные и институциональные аспекты. Наиболее значимые виды ущерба представлены в таблице 1.

Таблица 1

Основные категории экономических последствий киберпреступности

Категория ущерба	Описание
Прямые финансовые потери	Утрата денежных средств в результате атак (кражи, вымогательство)
Расходы на устранение последствий	Затраты на восстановление систем, аудит и расследование инцидентов
Потери от простоя	Финансовые убытки из-за приостановки деятельности предприятий
Репутационные издержки	Урон деловой репутации, снижение доверия со стороны клиентов
Регуляторные санкции	Штрафы, взыскания и иные меры, наложенные государственными органами
Инвестиционные потери	Снижение привлекательности компании для инвесторов

Таблица 1 классифицирует ключевые виды экономических последствий, возникающих в результате киберпреступной деятельности. В ней представлены основные направления ущерба, начиная от прямых финансовых потерь и заканчивая косвенными издержками, связанными с утратой репутации и снижением инвестиционной привлекательности. Такая систематизация позволяет комплексно оценить реальный масштаб угроз, возникающих в условиях цифровизации экономики.

Малые и средние предприятия становятся всё более частыми жертвами кибератак. Происходит это из-за ограниченных ресурсы на защиту,

недостаточной осведомлённости сотрудников и использования устаревших технологий.

Для многих МСБ последствия киберинцидентов могут стать фатальными, так как расходы на восстановление и потеря клиентов часто превышают их финансовые возможности.

Сегодня расходы на кибербезопасность воспринимаются не как издержки, а как стратегические инвестиции. Компании стремятся внедрять системы мониторинга и раннего обнаружения угроз, проводить обучение персонала, разрабатывать планы реагирования на инциденты, приобретать киберстраховку.

Согласно прогнозам, мировой рынок кибербезопасности достигнет более 400 млрд долларов к 2030 году, что говорит о растущем осознании важности этой сферы.

Государство играет особую роль в киберзащите. Они создают специализированные агентства, принимают законы о защите данных (например, Закон о персональных данных в России), а также проводят учения по киберзащите критической инфраструктуры. Кроме того, международное сотрудничество становится важнейшим инструментом борьбы с трансграничной киберпреступностью.

Кибербезопасность напрямую влияет на экономическую устойчивость компаний, отраслей и целых государств. Игнорирование киберугроз может привести к катастрофическим финансовым потерям, в то время как проактивный подход обеспечивает долгосрочную стабильность и доверие клиентов. В мире, где данные стали новой валютой, кибербезопасность – это не только технический вопрос, но и важнейший экономический приоритет.

Список литературы

1. Федеральный закон от 27.07.2006 № 152-ФЗ «О персональных данных».
2. Косников С. Н., Золкин А. Л., Артемьев Н. В., Лепشوкова А. Н. Кибербезопасность как фактор устойчивого развития цифровой экономики // Экономика и управление. — 2024. — Т. 15, № 12. — С. 210–218

3. Руднев С. Г., Золкин А. Л., Артемьев Н. В., Тычков А. С. Экономическое значение кибербезопасности для предприятий в условиях цифровой трансформации // Экономика и управление. — 2024. — Т. 15, № 11. — С. 85–94.

4. Санникова Л. В. Правовые основы цифровых валют центральных банков и цифрового рубля // Финансовый журнал. — 2023. — № 5. — С. 27–44.

5. Мачихин И. Д. Современные вызовы и возможности, влияющие на риски ПОД/ФТ банковской деятельности // Экономическая безопасность и управление рисками. — 2024. — Т. 16, № 3. — С. 45–52

© А.А. Голубец, Н.А. Пастухова, 2025

ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГА НА РЫНКЕ ТОВАРОВ ПРОМЫШЛЕННОГО НАЗНАЧЕНИЯ

Хайновский Даниил Игоревич

студент

Тюхай Маргарита Сергеевна

ассистент кафедры «Инженерная экономика»

Белорусский национальный технический университет

Аннотация: В данной работе рассматриваются ключевые особенности маркетинга на рынке товаров промышленного назначения, отличающие его от потребительского маркетинга. Основное внимание уделяется специфике целевой аудитории, характера спроса, а также особенностям продвижения и сбыта продукции. Отмечается высокая степень рациональности покупателей, длительность цикла принятия решений, а также значимость установления долгосрочных деловых отношений.

Ключевые слова: маркетинг, аналитика, компании, сотрудничество, этап, рынок.

FEATURES OF MARKETING IN THE INDUSTRIAL GOODS MARKET

Khainovsky Daniil Igorevich

Tyukhay Margarita Sergeevna

Abstract: This article examines the key features of marketing in the industrial goods market that distinguish it from consumer marketing. The main focus is on the specifics of the target audience, the nature of demand, as well as the specifics of product promotion and marketing. There is a high degree of customer rationality, the length of the decision-making cycle, as well as the importance of establishing long-term business relationships.

Key words: marketing, analytics, companies, collaboration, stage, market.

Маркетинг является неотъемлемым компонентом любого бизнеса или организации, поскольку он играет решающую роль в стимулировании роста,

создании узнаваемости бренда и налаживание связей между компаниями и клиентами.

Цель маркетинга – это не просто продажа товаров или услуг. Это гораздо более широкое понятие, охватывающее все процессы. Главная цель маркетинга – это удовлетворение потребностей потребителей более эффективно, чем это делают конкуренты, с одновременным достижением целей организации.

1. Узнаваемость бренда (Узнаваемость бренда – это степень, с которой потребители могут распознать или вспомнить бренд среди других на рынке. Узнаваемость бренда предоставляет компании такие факторы, как привлечение внимания, формирование доверия, упрощение выбора, ускорение роста продаж и др.).

2. Взаимодействие и коммуникация (В промышленном маркетинге взаимодействие и коммуникация играют ключевую роль, так как процесс покупки здесь более сложный и включает несколько участников с разными функциями и интересами. Коммуникация в промышленном маркетинге направлена на установление и поддержание долгосрочных деловых отношений с клиентами. Она включает как личное взаимодействие, так и формальные каналы. Важную роль играют также цифровые коммуникации – корпоративные сайты, email-маркетинг, вебинары и участие в отраслевых платформах [1]).

3. Персонализация (Персонализированный маркетинг – это подход, при котором компании адаптируют свои предложения, сообщения и взаимодействие с клиентами в соответствии с их предпочтениями, поведением и потребностями. Главная цель персонализированного маркетинга — создать ощущение, что продукт или услуга предназначены конкретно для данного клиента. В основе такого маркетинга лежит сбор и анализ данных о клиентах: их истории покупок, интересах, посещениях сайта, реакциях на рекламу и взаимодействии с брендом. На основе этой информации формируются персональные предложения, рекомендации, письма, реклама и даже страницы сайта).

4. Продажи (Продажи в маркетинге – это важнейшая составляющая маркетинговой деятельности, направленная на превращение потенциального интереса потребителей в реальные сделки и получение дохода. Хотя маркетинг и продажи – это разные функции, они тесно связаны: маркетинг создает спрос и привлекает клиентов, а продажи обеспечивают реализацию этого спроса. В маркетинге продажи рассматриваются не как отдельный этап, а как часть

целостного процесса взаимодействия с клиентом. Успешные продажи невозможны без понимания потребностей клиента, грамотного позиционирования продукта и эффективной коммуникации ценности. Современный подход к продажам в маркетинге включает использование CRM-систем, аналитики данных, персонализированных предложений, а также омниканальных стратегий, когда продажа может начаться в одном канале и завершиться в другом [2]).

5. Аналитика (Аналитика в маркетинге – это систематический сбор, обработка и анализ данных, необходимых для принятия обоснованных решений в маркетинговой деятельности. Она позволяет глубже понять поведение потребителей, оценить эффективность рекламных кампаний, выявить тенденции на рынке и оптимизировать стратегии продвижения. Главная цель маркетинговой аналитики – улучшение результатов бизнеса за счёт более точного понимания того, что работает, а что нет, и как лучше использовать ресурсы компании. Аналитика помогает компании делать выводы на основе фактов, а не догадок, оптимизировать бюджет, повышать точность таргетинга, улучшать клиентский опыт и др.).

Значение маркетинга на рынке товаров промышленного назначения велик, поскольку он напрямую влияет на конкурентоспособность и рентабельность. Промышленный и потребительский маркетинг имеют одну общую цель – удовлетворение потребностей клиентов и продвижение продукции, однако между ними существуют значительные различия, обусловленные характером рынка, товара и самого покупателя. Промышленный маркетинг направлен на работу с организациями и предприятиями, которые приобретают продукцию не для личного потребления, а для использования в производстве, перепродажи или обеспечения собственной деятельности.

Промышленный маркетинг охватывает два маркетинговых аспекта:

Продвижение производственного бизнеса: создание имиджа и развитие потенциала компании, повышение инвестиционной привлекательности и ее продвижение на рынке B2B.

Продвижение продукции: стратегическая разработка товарного предложения, построение маркетинговой стратегии и продвижение продукции на рынок.

Основными проблемами, которые решает маркетинг, являются: изменение рыночных условий, инновации и технологии, ориентация на клиента, эффективное ценообразование, поддержка на международных рынках и оценка эффективности. Таким образом, современные рынки товаров промышленного производства требуют от компаний гибкости, адаптивности и различных маркетинговых стратегий, благодаря которым будет обеспечен успех компании.

Промышленный маркетинг, в отличие от потребительского, нацелен на компании и организации с большими объемами закупок. При промышленном маркетинге B2B нацелен конкретно на изучение специфики бизнеса клиента и его индивидуальных потребностей, что позволяет делать акцент на долгосрочных партнерских отношениях и постоянном сотрудничестве. Таким образом, основными принципами промышленного маркетинга являются: [3].

1. Ориентация на потребности клиента (глубокий анализ бизнес-целей и задач).
2. Кооперация и партнерство.
3. Техническая компетентность (понимание сложных технических требований и специфики отрасли клиента, в противном случае – привлечение эксперта).
4. Комплексный подход к продажам (использование многоканальных стратегий для привлечения клиентов).
5. Акцент на качество и надежность.
6. Постоянный мониторинг изменений.

Целевая аудитория B2B маркетинга это компании и корпорации, с которыми при заключении договоров участвуют сразу несколько лиц, включая руководителей, менеджеров, финансовых специалистов и технических экспертов, т.к. сам процесс занимает большое количество времени из-за детализированности каждого процесса. При выборе услуги или товара основное время уделяется функциональности, эффективности и экономической выгоде. Поэтому B2B компании стремятся к построению крепких, долгосрочных отношений с клиентами, основанных на доверии и сотрудничестве.

Построение эффективной стратегии промышленного маркетинга требует системного подхода и глубокого понимания как своего продукта, так и потребностей целевого бизнеса. В отличие от потребительского маркетинга, здесь важны точные расчёты, логика, выгода и долгосрочные отношения. Ниже

представлена информация о наиболее важных шагах на пути к эффективной промышленной маркетинговой стратегии.

Первым шагом становится тщательный анализ рынка и целевой аудитории. Необходимо чётко определить, какие отрасли и компании являются потенциальными клиентами, какие у них потребности, какие решения они используют сейчас и с какими проблемами сталкиваются. Это позволяет сформировать точный портрет покупателя и понять, какую ценность продукт может ему принести.

Следующий важный этап – позиционирование продукта и формирование ценностного предложения. Оно должно быть не только технически обоснованным, но и убедительно показывать, как именно продукт помогает бизнесу клиента быть эффективнее, сокращать издержки или повышать производительность. В промышленном маркетинге особенно важно говорить на языке выгоды, цифр и решений [1].

После этого необходимо продумать каналы коммуникации и продвижения, подходящие для бизнес-аудитории. Это могут быть участие в отраслевых выставках и конференциях, публикации в специализированных изданиях, целевые email-рассылки, профессиональные соцсети, деловые встречи и презентации. Огромное значение имеет личное общение, консультации, демонстрации и готовность к индивидуальному подходу.

Также важно организовать послепродажное сопровождение, так как в промышленной сфере клиенты рассчитывают на долгосрочное сотрудничество, сервис, обучение персонала, техническую поддержку и обновления.

Завершающим, но не менее важным элементом является оценка эффективности стратегии. Анализ результатов, сбор обратной связи от клиентов, измерение уровня лояльности и возврата инвестиций позволяют адаптировать стратегию и повышать её результативность.

Промышленный маркетинг, ориентированный на продвижение товаров и услуг предприятиям, а не отдельным потребителям, быстро развивается в связи с технологическим прогрессом, изменением ожиданий покупателей и глобальными экономическими изменениями. Цифровая трансформация и индустрия 4.0. По мере того, как промышленные предприятия внедряют интеллектуальные технологии, цифровой маркетинг становится все более важным для привлечения клиентов. Что вызывает использование

искусственного интеллекта и машинного обучения: автоматизация маркетинга на основе искусственного интеллекта оптимизирует поиск потенциальных клиентов, сегментацию клиентов и прогнозную аналитику. Также идет развитие платформ электронной коммерции и самообслуживания B2B сектора. Доминирование видео и интерактивного контента, с целью развития и образования все больше привлекает людей, чем какие-то традиционные ролики [2].

Контент-маркетинг начинает использовать различные сервисы, в которые встроен искусственный интеллект, чтобы упростить создание и рассылку контента. С развитием цифровой трансформации маркетинговые стратегии, основанные на технологиях, становятся все более распространенными на промышленных рынках. Предприятия используют цифровые платформы, искусственный интеллект, аналитику больших данных и автоматизацию для повышения эффективности маркетинга. Онлайн-рынки, платформы электронной коммерции B2B и виртуальные выставки приобретают все большее значение, что делает цифровой маркетинг важнейшим инструментом для промышленных фирм по привлечению покупателей по всему миру.

Таким образом, успешный маркетинг на рынке промышленного назначения базируется на комплексном подходе, включающем точное сегментирование аудитории, индивидуализацию предложений, внедрение технологий и выстраивание устойчивых бизнес-отношений. Эти факторы становятся ключевыми драйверами роста и повышения конкурентоспособности компании в условиях быстро меняющейся рыночной среды. Для достижения успеха предприятия, работающие в этой сфере, должны уделять приоритетное внимание долгосрочному взаимодействию, техническому совершенству и маркетингу, ориентированному на создание ценности. Понимая уникальные особенности промышленного маркетинга, такие как рациональное принятие решений, производный спрос, индивидуализация и долгосрочные контракты, компании могут разрабатывать эффективные стратегии привлечения и удержания промышленных покупателей. По мере дальнейшего развития технологий цифровая трансформация и маркетинг, основанный на данных, еще больше изменят промышленный рынок, сделав инновации и адаптивность ключевыми факторами устойчивого успеха в промышленном секторе [3].

Список литературы

1. Промышленный маркетинг: рыночная стратегия. [Электронный ресурс]. Режим доступа: (Zozulev A.v.) Promueshlennoi Marketing - Uchebnoe | PDF, свободный. Дата доступа: 24.04.2025.
2. Промышленный маркетинг: учебник / под ред. Ковалев А.И. - м.: часть I, ООО Фирма «Благовест-В», 2002 г. – 304 с.
3. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности учебник Абаев А.Л. , Алексунин В.А., Гуриева М.Т., ред. ; Тип издания · Учебник ; Издательство · Москва: Дашков и К ; 2019 г.- 433.

© Д.И. Хайновский, М.С. Тюхай

АНАЛИЗ ОБОРОТНОГО КАПИТАЛА И РАЗРАБОТКА ОПЕРАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ КОМПАНИИ

Курбанзаде Шафа Адалат кызы

магистрант

ОЧУВО «Международный инновационный университет»

Аннотация: В статье представлен анализ финансово-хозяйственной деятельности малого предприятия, функционирующего в сфере внутреннего водного грузового транспорта, за период 2023-2024 годов. На основе анализа динамики выручки, себестоимости, прибыли, активов и пассивов выявлены ключевые тенденции и особенности управления финансовыми ресурсами. Особое внимание уделено анализу показателей оборачиваемости, позволивших выявить необходимость оптимизации управления запасами и дебиторской задолженностью. Сформулированы рекомендации по повышению эффективности управления оборотным капиталом и предложена комплексная операционная стратегия, направленная на повышение эффективности операций.

Ключевые слова: финансовый анализ, показатели оборачиваемости, операционная стратегия, эффективность деятельности, дебиторская задолженность, запасы, кредиторская задолженность, фондоотдача, фондоемкость.

ANALYSIS OF WORKING CAPITAL AND DEVELOPMENT OF THE COMPANY'S OPERATIONAL STRATEGY

Kurbanzade Shafa Adalat kyzy

Abstract: The article presents an analysis of the financial and economic activities of the small enterprise, operating in the field of inland waterway freight transport, for the period 2023-2024. Based on the analysis of the dynamics of revenue, cost, profit, assets and liabilities, key trends and features of financial resource management have been identified. Special attention is paid to the analysis of turnover indicators, which revealed the need to optimize inventory and accounts receivable management. Recommendations for improving the efficiency of working

capital management are formulated and a comprehensive operational strategy aimed at improving the efficiency of operations is proposed.

Key words: financial analysis, turnover indicators, operational strategy, efficiency, accounts receivable, inventories, accounts payable, return on funds, capital intensity.

Управление оборотным капиталом представляет собой стратегическую функцию управленческого учета, направленную на мониторинг и оптимизацию использования оборотных активов и текущих обязательств с целью обеспечения максимальной финансовой эффективности деятельности компании. Ключевой целью управления оборотным капиталом является поддержание достаточного денежного потока для покрытия краткосрочных операционных расходов и краткосрочных долговых обязательств, обеспечивая тем самым финансовую устойчивость и платежеспособность организации [1].

Процесс управления оборотным капиталом включает в себя непрерывный мониторинг движения денежных средств, активов и пассивов посредством анализа соотношения ключевых элементов операционных расходов. В частности, анализируются коэффициент оборотного капитала, коэффициент сбора дебиторской задолженности и коэффициент оборачиваемости запасов, что позволяет оценить эффективность использования ресурсов и выявить потенциальные риски.

Управление оборотным капиталом включает в себя управление запасами, направленное на оптимизацию уровня запасов и минимизацию затрат на их хранение и обслуживание, а также управление дебиторской и кредиторской задолженностью, направленное на своевременное взыскание дебиторской задолженности и оптимизацию сроков погашения кредиторской задолженности [3].

Основными задачами управления оборотным капиталом являются поддержание оптимального рабочего цикла оборотного капитала, обеспечение его упорядоченного функционирования, минимизация стоимости капитала, инвестированного в оборотный капитал, и максимизация прибыли от инвестиций в текущие активы. Ключевым индикатором финансового состояния компании является коэффициент оборотного капитала, рассчитываемый как отношение текущих активов к текущим обязательствам.

Эффективность управления дебиторской задолженностью оценивается с помощью коэффициента сбора, также известного как средний период сбора дебиторской задолженности. Коэффициент сбора рассчитывается как произведение количества дней в отчетном периоде, умноженного на среднюю сумму непогашенной дебиторской задолженности, деленное на общую сумму чистых продаж в кредит в течение отчетного периода. Данный коэффициент отражает среднее количество тщательно балансировать между поддержанием достаточного уровня запасов для удовлетворения потребностей клиентов и избежания избыточных запасов, которые замораживают оборотный капитал на длительный срок до момента конвертации запасов в денежные средства.

Эффективность поддержания данного баланса оценивается с помощью коэффициента оборачиваемости запасов, рассчитываемого как отношение выручки к стоимости запасов. Коэффициент оборачиваемости запасов отражает скорость продажи и пополнения товарных запасов компании. Относительно низкий коэффициент по сравнению с отраслевыми аналогами указывает на чрезмерно высокий уровень запасов, в то время как относительно высокий коэффициент указывает на потенциал улучшения эффективности управления запасами [2].

Предметом анализа в настоящей статье выступает организация, идентифицируемая как малое предприятие и осуществляющая деятельность в сфере внутреннего водного грузового транспорта. Анализ деятельности организации позволит выявить закономерности в управлении ресурсами, определить факторы, влияющие на экономическую эффективность, и оценить перспективы развития малого бизнеса в сфере внутреннего водного транспорта.

Таблица 1

Основные финансовые показатели деятельности предприятия, тыс. руб.

Показатель	2023 год	2024 год	Абсолютное отклонение	Темп роста, %
Выручка	1219714	1330302	110588	109,07
Себестоимость	1128030	1276980	148950	113,20
Чистая прибыль	71228	81865	10637	114,93
Основные средства	154447	153575	-872	99,44
Запасы	2618	3568	950	136,29

*ЭКОНОМИКА, ПРАВО, ОБЩЕСТВО СЕГОДНЯ:
ОЦЕНКИ, ПРОБЛЕМЫ, ПУТИ РЕШЕНИЯ*

Продолжение таблицы 1

Дебиторская задолженность	83107	461198	378091	554,94
Денежные средства	344451	376276	31825	109,24
Кредиторская задолженность	512006	840675	328669	164,19
Валюта баланса	584623	994617	409994	170,13

Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия за период с 2023 по 2024 год демонстрирует следующие тенденции. Выручка организации увеличилась на 110 588 тыс. рублей, что соответствует темпу роста в 109,07%. Однако, темп роста себестоимости (113,20%) превышает темп роста выручки, что свидетельствует о потенциальном снижении эффективности производства или увеличении издержек. Несмотря на это, чистая прибыль также продемонстрировала положительную динамику, увеличившись на 10 637 тыс. рублей, с темпом роста 114,93%, что указывает на эффективное управление операционной деятельностью и оптимизацию налоговой нагрузки.

Структура активов претерпела определенные изменения. Основные средства продемонстрировали незначительное снижение, с темпом роста 99,44%, что может быть связано с амортизацией, выбытием активов или недостаточными инвестициями в обновление основных фондов. В то же время наблюдается значительный рост запасов (темп роста 136,29%), что может быть обусловлено расширением масштабов деятельности, увеличением объемов производства или возникновением проблем со сбытом продукции. Наиболее существенные изменения произошли в структуре дебиторской задолженности, которая увеличилась на 378 091 тыс. рублей, с темпом роста 554,94%. Данный факт требует пристального внимания, поскольку значительное увеличение дебиторской задолженности может свидетельствовать об ухудшении платежной дисциплины покупателей, увеличении сроков погашения задолженности или проведении агрессивной кредитной политики. Денежные средства также продемонстрировали рост (темп роста 109,24%), что положительно характеризует финансовую устойчивость предприятия.

Структура пассивов также претерпела существенные изменения. Кредиторская задолженность увеличилась на 328 669 тыс. рублей, с темпом роста 164,19%, что может быть связано с увеличением закупок, изменением

*ЭКОНОМИКА, ПРАВО, ОБЩЕСТВО СЕГОДНЯ:
ОЦЕНКИ, ПРОБЛЕМЫ, ПУТИ РЕШЕНИЯ*

условий расчетов с поставщиками или привлечением краткосрочного финансирования. Общая валюта баланса увеличилась на 409 994 тыс. рублей, с темпом роста 170,13%, что свидетельствует о расширении масштабов деятельности предприятия. Несмотря на положительную динамику выручки и чистой прибыли, для более глубокой оценки эффективности управления активами и обязательствами необходимо проанализировать показатели оборачиваемости. Данные показатели позволяют оценить скорость использования ресурсов предприятия и выявить потенциальные резервы повышения эффективности деятельности.

Анализ показателей оборачиваемости активов за период с 2023 по 2024 год выявил негативные тенденции, свидетельствующие о снижении эффективности использования ресурсов предприятия. Общий коэффициент оборачиваемости активов снизился с 2,39 до 1,68, что указывает на замедление скорости оборота всех активов предприятия. Соответственно, продолжительность одного оборота в днях увеличилась с 150,63 до 214,29 дней, что свидетельствует о более длительном периоде конвертации активов в денежные средства. Аналогичная динамика наблюдается и в отношении текущих активов: коэффициент оборачиваемости текущих активов снизился с 3,01 до 2,09, а продолжительность одного оборота увеличилась с 119,6 до 172,25 дней. Данные изменения обусловлены увеличением запасов и дебиторской задолженности на 36,29 и 454,94% соответственно (Таблица 2).

Таблица 2

Анализ показателей деловой активности

Показатель	2023 год	2024 год	Отклонение, +-
Общий коэффициент оборачиваемости активов	2,39	1,68	-0,71
Продолжительность одного оборота в днях	150,63	214,29	63,66
Показатель оборачиваемости текущих активов	3,01	2,09	-0,92
Продолжительность одного оборота в днях	119,6	172,25	52,65
Коэффициент загрузки	0,42	0,6	0,18
Фондоотдача	11,6	8,64	-2,96
Показатель оборачиваемости собственного капитала	28,2	11,74	-16,46
Продолжительность одного оборота в днях	12,76	30,66	17,9

*ЭКОНОМИКА, ПРАВО, ОБЩЕСТВО СЕГОДНЯ:
ОЦЕНКИ, ПРОБЛЕМЫ, ПУТИ РЕШЕНИЯ*

Продолжение таблицы 2

Показатели оборачиваемости дебиторской задолженности	6,93	4,89	-2,04
Продолжительность одного оборота в днях	51,95	73,62	21,67
Показатели оборачиваемости кредиторской задолженности	2,61	1,97	-0,64
Продолжительность одного оборота в днях	137,93	182,74	44,81
Коэффициент оборачиваемости денежных средств	5,38	3,69	-1,69
Продолжительность одного оборота в днях	66,91	97,56	30,65
Коэффициент оборачиваемости материальных запасов	291,69	272,77	-18,92
Продолжительность одного оборота в днях	1,23	1,32	0,09

Показатель загрузки, характеризующий степень использования активов, увеличился с 0,42 до 0,6, что указывает на более интенсивное использование имеющихся активов. Однако снижение фондоотдачи с 11,6 до 8,64 свидетельствует о снижении эффективности использования основных средств для формирования выручки.

Оборачиваемость собственного капитала также продемонстрировала отрицательную динамику: коэффициент оборачиваемости снизился с 28,2 до 11,74, а продолжительность одного оборота увеличилась с 12,76 до 30,66 дней. Анализ показателей оборачиваемости дебиторской задолженности выявил снижение коэффициента оборачиваемости с 6,93 до 4,89 и увеличение продолжительности одного оборота с 51,95 до 73,62 дней. Данная тенденция требует принятия мер по усилению контроля за дебиторской задолженностью, оптимизации условий расчетов с покупателями и ускорению процесса взыскания задолженности. Оборачиваемость кредиторской задолженности также ухудшилась, коэффициент оборачиваемости снизился с 2,61 до 1,97, а продолжительность одного оборота увеличилась с 137,93 до 182,74 дней. Данная динамика с увеличением объемов закупок или изменением условий расчетов с поставщиками. Снижение коэффициента оборачиваемости денежных средств с 5,38 до 3,69 и увеличение продолжительности одного оборота с 66,91 до 97,56 дней свидетельствует о замедлении скорости использования денежных средств предприятия. Незначительное снижение коэффициента оборачиваемости материальных запасов с 291,69 до 272,77 и

увеличение продолжительности одного оборота с 1,23 до 1,32 дней не оказывает существенного влияния на общую картину, однако требует контроля за уровнем запасов и оптимизации процесса их управления.

Для определения реализуемой на предприятии модели финансирования оборотных активов необходимо сопоставить теоретические характеристики каждой модели с фактическими показателями финансового состояния компании, а именно с соотношением краткосрочной кредиторской задолженности, долгосрочных пассивов и текущих активов.

Учитывая информацию о компании, а именно высокий темп роста кредиторской задолженности (164,19%), рост денежных средств (109,24%), значительный рост дебиторской задолженности (554,94%) возможно сделать следующие предположения:

1. Идеальная модель маловероятна, поскольку она предполагает полное финансирование текущих активов за счет краткосрочных обязательств. Присутствие значительной дебиторской задолженности говорит о том, что компания не полностью финансирует свои текущие активы краткосрочными обязательствами, так как часть активов финансируется за счет собственного капитала или долгосрочных займов.

2. Агрессивная модель более вероятна, чем идеальная, но также сомнительна. Рост кредиторской задолженности и дебиторской задолженности указывает на использование краткосрочного финансирования, но не только для варьирующейся части оборотных активов.

3. Консервативная модель наименее вероятна. Она предполагает минимальное использование краткосрочной кредиторской задолженности. Однако, значительный рост кредиторской задолженности свидетельствует о том, что компания активно использует краткосрочное финансирование.

4. Компромиссная модель вполне возможна. Предприятие использует краткосрочные обязательства для финансирования части варьирующихся оборотных активов, но также использует другие источники финансирования (собственный капитал, долгосрочные займы). Рост дебиторской задолженности может указывать на то, что компания не всегда может покрыть все варьирующиеся активы краткосрочными обязательствами.

В заключение проведенный анализ деятельности предприятия за период 2023-2024 годов выявил ряд ключевых тенденций и особенностей функционирования малого предприятия в сфере внутреннего водного грузового

транспорта. Несмотря на положительную динамику выручки и чистой прибыли, увеличение себестоимости, значительный рост дебиторской и кредиторской задолженности требуют пристального внимания к оптимизации управления оборотным капиталом. Анализ показателей оборачиваемости выявил необходимость повышения эффективности использования активов, в частности, запасов и дебиторской задолженности. Для обеспечения устойчивого развития и повышения конкурентоспособности предприятия рекомендуется внедрение операционной стратегии, направленной на повышение эффективности операций, клиентоориентированности и инновационное развитие. При этом важным условием успешной реализации выбранной стратегии является системный подход, квалифицированное управление и постоянный мониторинг области.

Список литературы

1. Печенюк Н.П. Роль финансовой стратегии в разработке финансовых решений // Теория и практика государственного и муниципального управления. – С. 77.
2. Яхно Ю.О. Эффективные инструменты управления активами компаний // Редакционная коллегия. – 2024. – С. 265.
3. Лучкина Е.В., Гладышев И.О. Оборотный капитал: состав, управление и анализ // Вестник магистратуры. – 2024. – С. 25.

© Ш.А. Курбанзаде

**СЕКЦИЯ
ЭКОНОМИКА
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА**

**ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ НА РЫНКЕ
В СФЕРЕ СТОМАТОЛОГИИ**

**Мхитарян Мери Арташесовна
Остроумова Виктория Евгеньевна**

студенты
ФГБОУ ВО «Саратовский государственный медицинский
университет им. В.И. Разумовского»
Министерства здравоохранения Российской Федерации

Аннотация: Данное исследование посвящено анализу потребительского поведения на рынке стоматологических услуг. На основе результатов социологического опроса выявлены предпочтительные каналы коммуникации с клиниками, основные факторы, препятствующие обращению к стоматологам, и роль страхования в получении стоматологической помощи. Установлено, что телефонная запись остается самым популярным способом, однако растет значимость онлайн-сервисов. Нехватка времени и высокая стоимость услуг являются основными барьерами для посещения стоматолога, а наличие полиса ДМС значительно расширяет возможности пациентов. Предложены рекомендации по улучшению доступности стоматологических услуг, повышению качества обслуживания, развитию онлайн-коммуникаций, информированию пациентов, оптимизации графика работы, снижению страха и развитию программ ДМС.

Ключевые слова: стоматологические услуги, потребительское поведение, каналы коммуникации, доступность услуг, стоимость услуг, страхование, ДМС, качество обслуживания, удовлетворенность пациентов, профилактика заболеваний.

**CONSUMER BEHAVIOR IN THE MARKET
IN THE SPHERE OF DENTISTRY**

**Mkhitaryan Meri Artashesovna
Ostroumova Victoria Evgenievna**

Abstract: This study is devoted to the analysis of consumer behavior in the dental services market. Based on the results of a sociological survey, the preferred channels of communication with clinics, the main factors that prevent people from visiting dentists, and the role of insurance in obtaining dental care were identified. It was found that a telephone appointment remains the most popular method, but the importance of online services is growing. Lack of time and high cost of services are the main barriers to visiting a dentist, and having a VHI policy significantly expands the opportunities for patients. Recommendations are offered to improve the availability of dental services, improve the quality of service, develop online communications, inform patients, optimize work schedules, reduce fear and develop VHI programs.

Key words: dental services, consumer behavior, communication channels, availability of services, cost of services, insurance, VHI, quality of service, patient satisfaction, disease prevention.

Было проведено анкетирование с количеством респондентов 228 человек в городе Саратове. Преобладающее большинство составили респонденты женского пола – 150 человек, в то время как доля мужской аудитории составила 78 человек.

1. Характеристика опрошенной аудитории.

Аудитория состоит из молодежи.

Среди опрошенных женская аудитория составляет 65,8%, мужская аудитория – 34,2%.

2. Потребительские привычки и предпочтения:

Частота посещений: Большинство респондентов посещают стоматолога раз в год (68,4%), что соответствует рекомендациям по профилактическим осмотрам. Однако значительная часть опрошенных (31,6%) посещает стоматолога реже: 13,3% делают это раз в два года, 2,7% — раз в три года, 11,1% — еще реже, а 4,4% никогда не обращаются к стоматологу. Эти данные могут указывать на наличие экономических факторов или нехватку времени, которые влияют на регулярность посещений стоматолога.

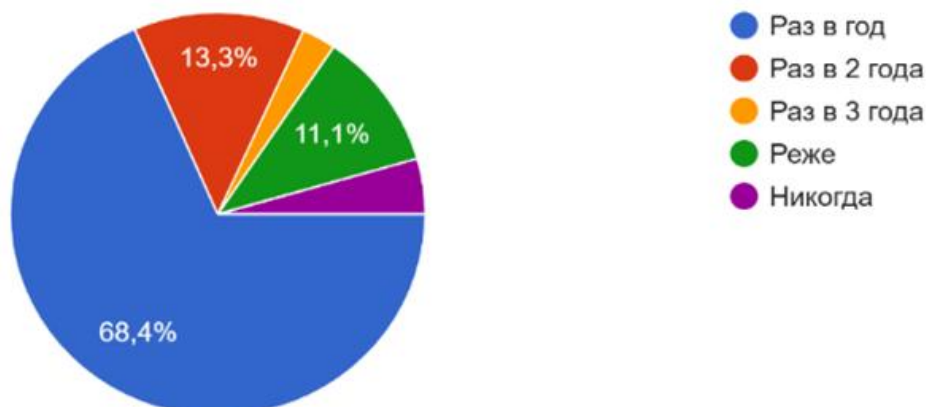


Рис. 1. Частота посещения стоматолога

Наиболее востребованные услуги: Профилактический осмотр и лечение кариеса лидируют (62,7% респондентов), что подчеркивает важность базовых стоматологических услуг. Популярность ортодонтии (16,9% опрошенных) говорит о растущем внимании к эстетике улыбки, особенно среди молодежи.

Критерии выбора клиники:

Главные ценности при выборе: качество услуг для 92,9% респондентов является безусловным приоритетом для пациентов. Уровень сервиса (44,4%) и современное оборудование (36,4%) также важны для формирования положительного опыта.

Личные рекомендации друзей и семьи играют ключевую роль, 77,8% респондентов указали этот критерий.

Онлайн-отзывы: отзывы в интернете (20,9% участвовавших в опросе) также влияют на выбор, что указывает на необходимость управления репутацией клиники в онлайн-пространстве.

Цена и квалификация: соотношение цены и квалификации врачей интересуют почти половину опрошенных – 48,9% опрошенных.

3. Оценка удовлетворенности и ценовой политики:

Удовлетворенность: высокий уровень удовлетворенности (75% полностью удовлетворены и 18,8% скорее удовлетворены) свидетельствует о достаточно качественном уровне стоматологических услуг.

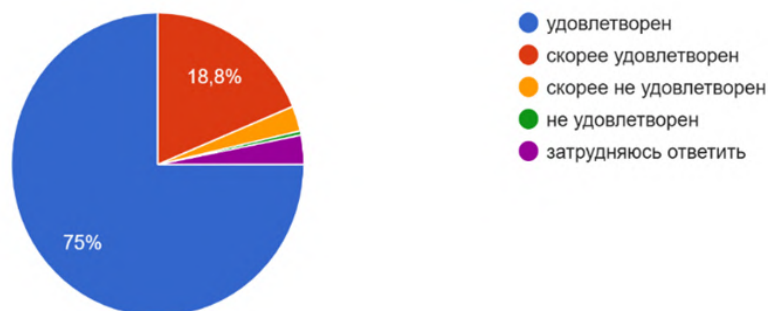


Рис. 2. Удовлетворение качеством предоставляемых стоматологических услуг

Ценовая доступность: высокая стоимость услуг (16,4% респондентов считают цены очень высокими и 48,7% высокими) является серьезным барьером для получения необходимой стоматологической помощи. Факт отказа от услуг из-за высокой стоимости (85%) подчеркивает необходимость разработки программ лояльности, скидок и доступных вариантов страхования.

4. Отношение к новым технологиям и информации:

Новые технологии: положительное отношение к использованию новых технологий (3D-печать, лазерное лечение) (66,2%) свидетельствует о готовности пациентов к инновациям и доверии к современным методам лечения.

Информационные потребности: наибольший интерес представляет информация по уходу за зубами (85,7% опрошенных), что указывает на необходимость просветительской работы и предоставления полезных советов пациентам.

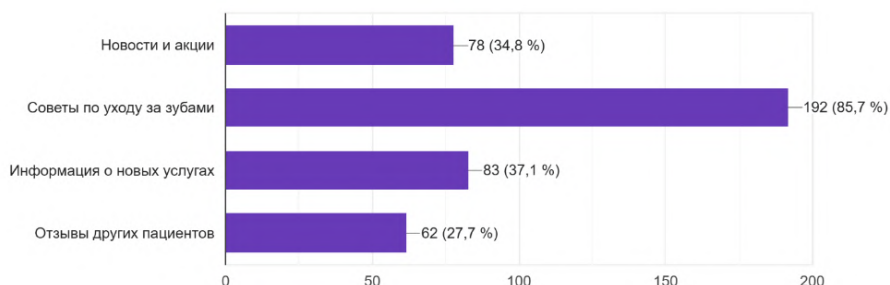


Рис. 3. Информационные потребности в стоматологической клинике

Предпочтительные каналы коммуникации: запись по телефону остается самым популярным способом (57,4%), однако растет значимость онлайн-записи (22,9% через сайт и 11,2% через мобильное приложение).

5. Факторы, препятствующие обращению к стоматологу:

Основные барьеры: нехватка времени (у 52,1% респондентов) и высокая стоимость услуг (23,3% респондентов) являются основными причинами, по которым люди откладывают визит к стоматологу. Страх перед стоматологами также играет роль (23,3% опрошенных), что подчеркивает важность создания комфортной и дружелюбной атмосферы в клинике.

6. Роль страхования:

Наличие полиса ДМС (57,4%) значительно влияет на потребительское поведение, позволяя пациентам получать более широкий спектр услуг без значительных финансовых затрат. Рассмотрение возможности приобретения стоматологической страховки (23% опрошенных) говорит о понимании необходимости защиты от непредвиденных расходов на лечение зубов.

Выводы и рекомендации:

Улучшение доступности: необходимо разрабатывать программы лояльности, предлагать скидки, рассрочки и доступные варианты страхования, чтобы снизить финансовый барьер для получения стоматологических услуг.

Повышение качества обслуживания: ориентироваться на обеспечение высокого качества услуг, использование современного оборудования и квалифицированных специалистов, чтобы оправдать ожидания пациентов.

Информирование и просвещение: предоставлять пациентам полезную информацию по уходу за зубами, профилактике заболеваний и новых технологиях, используя различные каналы коммуникации (сайт, социальные сети, листовки в клинике).

Оптимизация графика работы: предлагать более гибкий график работы и удобные способы записи на прием, чтобы учитывать занятость пациентов.

Снижение страха: создавать комфортную и дружелюбную атмосферу в клинике, использовать современные методы обезболивания и снижать уровень тревожности пациентов.

Развитие ДМС: сотрудничать со страховыми компаниями для разработки более привлекательных и доступных продуктов стоматологического страхования.

Список литературы

1. А437 Актуальные вопросы современной медицины: материалы 73-й итоговой научной конференции молодых ученых и студентов. – Хабаровск: Издательство ДВГМУ, 2016. – 316 с.
2. Беляевский И.К. Экономический маркетинг: методология и анализ, особенности развития в кризисных условиях // ЭТАП: экономическая теория, анализ, практика. -2015.-№6.-С.105- 125.
3. Бабенко А. А. Специфика организации маркетинговой деятельности в сфере платных медиц-х услуг // Молодой ученый. 2016. № 2. С. 429 – 431.
4. Макаркина А.А., Масленко А.Б. Ценовая политика как фактор повышения доходности предприятия на примере ГKB № 67 // Вестник современных исследований 2019. № 2.20 (29) с. 58-67.
5. Ходакова О.В., Евстафьева Ю.В. Влияние социально-экономического уровня жизни населения региона на рынок платных медицинских услуг // Менеджер здравоохранения. 2019. № 2. С. 32-40.

© М.А. Мхитарян, В.Е. Остроумова, 2025

ВЛИЯНИЕ МЕЖДУНАРОДНЫХ ВАЛЮТНО-КРЕДИТНЫХ ОТНОШЕНИЙ НА АУДИТ ПРЕДПРИЯТИЙ

Тулякова Евгения Олеговна

студент 4 курса

Нефедова Вероника Николаевна

старший преподаватель

БГПУ им. М. Акмуллы

Аннотация: В современных условиях глобализации экономики международные валютно-кредитные отношения оказывают значительное влияние на финансовую устойчивость и прозрачность деятельности предприятий. Аудит, как важный инструмент оценки достоверности финансовой информации и управления рисками, становится все более актуальным в контексте международной интеграции. В данной статье рассматривается взаимосвязь между международными валютно-кредитными отношениями и процессом аудита, а также представлены основные вызовы и перспективы, с которыми сталкиваются аудиторы в условиях изменяющейся финансовой среды.

Ключевые слова: международные, валютные, кредитные, аудит, предприятие, влияние.

INFLUENCE OF INTERNATIONAL CURRENCY AND CREDIT RELATIONS ON THE AUDIT OF ENTERPRISES

Tulyakova Evgeniya Olegovna

Nefedova Veronika Nikolaevna

Abstract: In the modern conditions of economic globalization, international currency and credit relations have a significant impact on the financial stability and transparency of enterprises. Audit, as an important tool for assessing the reliability of financial information and risk management, is becoming increasingly relevant in the context of international integration. This article examines the relationship between

international currency and credit relations and the audit process, and presents the main challenges and prospects that auditors face in a changing financial environment.

Key words: international, currency, credit, audit, enterprise, influence.

Аудит играет ключевую роль в поддержании доверия к финансовой отчетности предприятий. В условиях взаимодействия с международными рынками, где валютные колебания, изменения в кредитной политике и различные финансовые инструменты становятся частью оперативной среды, необходимо понимать, как эти факторы воздействуют на процесс аудита. Одной из главных задач аудита является не только подтверждение достоверности отчетности, но и выявление потенциальных рисков, связанных с валютными операциями и кредитной деятельностью.

Международные валютно-кредитные отношения, обеспечивая предприятия валютными ресурсами и кредитными линиями, формируют их финансовую отчетность. Курс валюты, в которой осуществляется расходование и поступление денежных средств, может оказывать существенное влияние на стоимость активов и обязательств, что, в свою очередь, затрагивает оценку аудитором достоверности проведенных операций.

Необходимо также учитывать, что изменение валютного курса может привести к возникновению курсовых разниц, что отражается на финансовом результате предприятия. Аудиторы должны уделить внимание деталям учета таких операций, обеспечивая более полное понимание финансового состояния бизнеса, особенно для компаний, работающих на международных рынках.

С расширением международной деятельности компании сталкиваются с рядом специфических рисков. Среди них выделяются валютные риски, риски изменения процентных ставок, а также риски, связанные с изменениями в правилах международной торговли. Эти аспекты требуют от аудиторов более тщательной оценки, поскольку традиционные методы могут быть недостаточными для выявления всех потенциальных угроз. Аудиторы должны придерживаться принципа профессионального скептицизма, чтобы адекватно оценить влияние внешних факторов на финансовую отчетность.

С учетом вышеупомянутых рисков и особенностей, аудиторы должны применять новые методики и подходы, учитывающие специфику международных валютно-кредитных отношений. К примеру, современная практика использует оценку рисков на уровне макроэкономических

индикаторов и финансовых показателей, что позволяет более точно выявлять источники возможных отклонений в отчетности.

Кроме того, возрастание значимости информационных технологий и автоматизации процессов позволяет аудиторам получать доступ к более обширным данным и моделям. Это не только повышает эффективность аудиторских процедур, но и создает возможность для глубокой аналитики и точной оценки валютных и кредитных рисков.

Международные валютно-кредитные отношения играют важную роль в формировании финансовой среды предприятий и, следовательно, оказывают значительное воздействие на процесс аудита. В условиях глобализации и возрастания взаимодействия с международными рынками важно, чтобы аудиторы адаптировали свои методы и подходы к новым вызовам, связанным с валютными колебаниями и изменениями в кредитной политике. Таким образом, успешное осуществление аудиторской деятельности в нынешних условиях требует не только знаний бухгалтерского учета и аудита, но и глубокого понимания международных финансовых механизмов и рисков, связанных с ними. Это позволит повысить качество аудиторских заключений и укрепить доверие к финансовой отчетности.

В последние годы технологии играют все более значимую роль в процессах аудита, особенно в контексте международных валютно-кредитных отношений. Использование аналитических инструментов и программного обеспечения для обработки больших объемов данных дает аудиторам возможность проводить глубокий анализ финансовых показателей. Это не только ускоряет процесс аудита, но и значительно улучшает его качество, позволяя лучше выявлять аномалии и потенциальные риски.

Современные аудиторские компании активно внедряют технологии машинного обучения и искусственного интеллекта, что позволяет автоматически производить сложные расчетные анализы и предсказывать возможные финансовые трудности на основании исторических данных и текущих трендов. Такие инструменты помогают аудиторам более эффективно идентифицировать нестандартные операции и транзакции, которые могут сигнализировать о финансовых манипуляциях или рисках, связанных с валютными колебаниями.

С учетом изменения ландшафта финансовых рынков и новых вызовов, стоящих перед аудиторскими компаниями, критически важным становится

развитие профессиональных навыков аудиторов. Авторы крупных международных стандартов, таких как МСА (Международные стандарты аудита), подчеркивают необходимость постоянного обучения и повышения квалификации в области оценки рисков и применения передовых технологий. Именно поэтому многие компании разрабатывают программы повышения квалификации для своих сотрудников, приглашая экспертов по финансовым рынкам и IT-технологиям.

Аудиторы должны быть готовы адаптироваться к новым требованиям рынка, что включает в себя не только обучение технологиям, но и понимание новых финансовых инструментов и продуктов, которые влияют на валютную ситуацию и кредитование. В условиях постоянного изменения окружающей среды важно, чтобы аудиторы обладали гибкостью мышления и могли быстро реагировать на меняющиеся условия.

Международные валютно-кредитные отношения также регулируются различными правовыми нормами и стандартами, которые отличаются от страны к стране. Аудиторы должны быть хорошо осведомлены о законодательных изменениях и их влиянии на процесс аудита. Это включает в себя не только соблюдение местных норм, но и понимание международных стандартов, таких как IFRS (Международные финансовые отчетные стандарты).

Поскольку финансовые операции становятся все более сложными и многообразными, регуляторы также активизируют свои усилия по контролю и обеспечению прозрачности на рынках. Это означает, что аудиторы должны учитывать не только финансовые показатели, но и риски несоответствия нормативным требованиям, что может привести к финансовым потерям и правовым санкциям для своих клиентов.

В будущем, с учетом продолжающейся глобализации и интеграции финансовых рынков, аудиторы столкнутся с новыми вызовами, связанными с изменениями в международной политике, колебаниями валютных курсов и нестабильностью экономических систем. Это будет требовать от них более глубокого анализа и инновационных подходов к решению проблем.

Аудиторские компании, которые смогут адаптироваться к данным изменениям и внедрить передовые практики и технологии, будут иметь конкурентное преимущество на рынке. При этом критически важно не только

развивать технологическую оснащенность, но и поддерживать человеческий капитал, обеспечивая непрерывное обучение сотрудников и развитие навыков, необходимых для работы в условиях быстро меняющейся финансовой среды.

В конечном счете, успешный аудит в контексте международных валютно-кредитных отношений требует комплексного подхода и способности к быстро меняющимся условиям, что способствует как повышению качества аудиторских услуг, так и укреплению доверия со стороны клиентов и заинтересованных сторон.

Список литературы

1. Аветисян А. С. Аудит в схемах. Учебное пособие. — М.: Проспект, 2021. — 96 с.
2. Андреева Л. В., Бодрова Т. В. Учет, анализ и аудит показателей, обеспечивающих экономическую безопасность хозяйствующих субъектов. Учебное пособие. — М.: Дашков и Ко, 2020. — 102 с.
3. Бабаев, Ю.А. Бухгалтерский учет, анализ и аудит внешнеэконом. деятельности: Учебник / Ю.А. Бабаев, А.М. Петров, Ж.А. Кеворкова и др. — М.: Вузовский учебник, 2018. — 352 с.
4. Бреславцева, Н.А. Основы бухгалтерского учета и аудита в сферах сервиса и туризма (для бакалавров) / Н.А. Бреславцева. — Рн/Д: Феникс, 2015. — 320 с.
5. Брыкова, Н.В. Основы бухгалтерского учета, налогов и аудита: Учебник / Н.В. Брыкова. — М.: Academia, 2017. — 77 с.
6. Булыга Р.П. Аудит (3-е издание). Учебник. Под ред. Булыга Р.П., Андреева А.К. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — С. 431. 6. Ваганова О.Е. Методика аудита деятельности предприятия по различным аспектам и участкам учета / О.Е. Ваганова // Синергия Наук. 2017. — № 10. — С. 308-334.
7. Галкина, Е.В. Бухгалтерский учет и аудит / Е.В. Галкина. — М.: КноРус, 2018. — 448 с.
8. Дмитриева, И.М. Бухгалтерский учет и аудит: Учебник и практикум для СПО / И.М. Дмитриева. — Люберцы: Юрайт, 2016. — 323 с.
9. Донцова Л. В., Ефремова Е. И., Федченко Е. А. Аудит для магистров. Актуальные вопросы аудиторской проверки. Учебник. — М.: Инфра-М, 2017. — 388 с.

10. Донцова, Л.В. Учет, аудит и налогообложение в обеспечении экономической безопасности предприятий. т 1 / Л.В. Донцова. — М.: Русайнс, 2017. — 512 с.
11. Егорова И. С. Аудит эффективности использования государственных ресурсов. — М.: Проспект, 2020. — 632 с.
12. Еленевская, Е.А. Учет, анализ, аудит: Учебное пособие / Е.А. Еленевская, Л.И. Ким, С.Н. Христолюбов. — М.: Инфра-М, 2018. — 319 с.
13. Жуков А. Л., Хабарова Д. В. Аудит человеческих ресурсов организации. Учебное пособие. — М.: Директ-Медиа, 2019. — 364 с.
14. Федеральный закон от 06.12.2011 N 402-ФЗ (ред. от 26.07.2019) "О бухгалтерском учете" // "Собрание законодательства РФ", 12.12.2011, N 50, ст. 7344.
15. Федеральный закон от 30.12.2008 N 307-ФЗ (ред. от 30.12.2020) "Об аудиторской деятельности" // "Собрание закон-ва РФ", 05.01.2009, N 1, ст. 15.

© Е.О. Тулякова, В.Н. Нефедова, 2025

**ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МЕХАНИЗМОВ
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО
И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РФ**

Шумакова Валерия Михайловна

студент бакалавриата

ФГБОУ ВО «Донецкая академия управления

и государственной службы»

Научный руководитель: **Ангелова Дарья Сергеевна**

старший преподаватель

кафедра менеджмента внешнеэкономической деятельности

ФГБОУ ВО «Донецкая академия управления

и государственной службы»

Аннотация: В статье рассматриваются проблемные стороны и перспективные пути совершенствования инструментов государственной поддержки субъектов МСП в РФ в условиях непростой экономической ситуации, обусловленной санкциями со стороны западных стран. Анализируются современные тенденции развития цифровых технологий и различные отечественные проекты, нацеленные на поддержку субъектов МСП.

Ключевые слова: субъекты малого и среднего предпринимательства (МСП), государственная поддержка, малый и средний бизнес, грантовая поддержка, цифровые технологии, цифровизация, субсидирование, льготы.

**PROBLEMS AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF STATE
SUPPORT MECHANISMS FOR SMALL AND MEDIUM-SIZED
ENTERPRISES IN THE RUSSIAN FEDERATION**

Shumakova Valeria Mikhailovna

Scientific supervisor: **Angelova Darya Sergeevna**

Abstract: The article examines the problematic aspects and promising ways to improve the instruments of state support for SMEs in the Russian Federation in a difficult economic situation caused by sanctions from Western countries. The article

analyzes current trends in the development of digital technologies and various domestic projects aimed at supporting SMEs.

Key words: small and medium-sized enterprises (SMEs), government support, small and medium-sized businesses, grant support, digital technologies, digitalization, subsidies, benefits.

Высокоэффективная деятельность субъектов малого и среднего предпринимательства (МСП) является важным условием устойчивости экономической системы страны. В условиях санкций, введенных со стороны ЕС и США, необходимо дальнейшее развитие законодательной и нормативной базы, регулирующей их деятельность и учитывающей специфику малого предпринимательства. Также стоит обратить внимание на оказание содействия субъектам МСП в производстве импортозамещающих товаров (работ, услуг) и технологического суверенитета.

В соответствии с Федеральным законом № 209-ФЗ от 24 июля 2007 года «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации», субъектами малого и среднего бизнеса считаются хозяйствующие субъекты, соответствующие определенным законом требованиям и занесенные в обязательный реестр, что позволяет сгруппировать их как микропредприятия, малые или средние предприятия. Они могут быть внесены в реестр как юридические лица или индивидуальные предприниматели [1]. В научных исследованиях субъекты малого и среднего предпринимательства трактуются как «форма предпринимательской деятельности, основанная на функционировании небольших и средних компаний, а также ИП» [2]. В Законе о МСП 209-ФЗ отсутствует конкретное определение категории «механизм государственной поддержки», однако используется термин «поддержка МСП», который понимается как «совокупность мер, реализуемых органами государственной власти Российской Федерации, органами публичной власти федеральной территории, органами государственной власти субъектов Российской Федерации, органами местного самоуправления, организациями, создающими инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства».

Формы осуществления государственной поддержки малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации классифицированы на рисунке 1.



Рис. 1. Формы осуществления государственной поддержки субъектов МСП [1]

Одним из документов, регулирующих правовое положение малого и среднего бизнеса, является Стратегия развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 г., которая была утверждена распоряжением Правительства РФ от 2 июня 2016 г. [3]. Она отражает ключевые интересы субъектов МСП на текущий момент и закрепляет основные цели и приоритетные направления государственной политики в контексте развития данной сферы (рисунок 2).

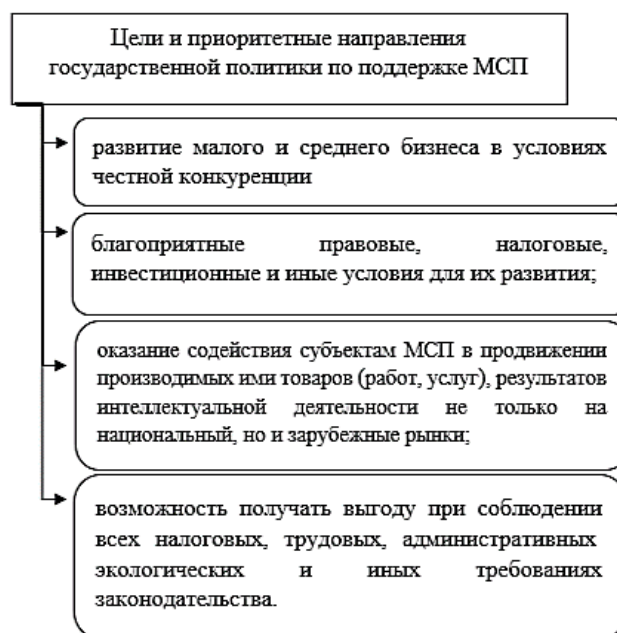


Рис. 2. Цели и приоритетные направления государственной политики по поддержке МСП [3;4]

Согласно результатам анализа ситуации в секторе малого и среднего предпринимательства, свыше 80% предприятий столкнулись с ощутимыми последствиями экономического спада, усугубленного западными санкциями, введенными в отношении России. Финансовое состояние значительной части этих компаний ухудшилось из-за девальвации рубля, а свыше 40% столкнулись с проблемами в организации поставок. Также серьезным вызовом стало ограничение доступа к цифровым платформам. Указанные трудности подчеркивают критическую важность разработки, реализации и усовершенствования государственных программ, направленных на поддержку и активизацию деятельности малого и среднего бизнеса.

Результативность малых и средних предприятий в значительной мере зависит от свободного доступа организаций к достаточному капиталу и возможностей его эффективного применения. Ограниченность инвестиционного содействия – это одна из основных проблем в сфере малого и среднего предпринимательства [4]. Непосредственные финансовые инвестиции, в частности, субсидии в размере минимальной заработной платы, и льготное кредитование, направленное на сохранение рабочих мест, имеют решающее значение для поддержания деловой активности малых и средних предприятий. Кроме того, учитывая значительную задолженность предпринимателей, необходимо ввести меры, приостанавливающие выплату основной суммы долга, разрешая погашение только процентных начислений по кредиту. Такая стратегия позволит снизить финансовое давление на бизнес и способствовать его дальнейшему развитию в условиях нестабильной экономики.

В повышении эффективности и скорости осуществления финансовых операций важную роль играет Система быстрых платежей (СБП). Российское правительство инвестировало более полумиллиарда рублей в развитие этой системы, чтобы компенсировать затраты, понесенные предпринимателями. На федеральном уровне поддержку МСП оказывает Министерство экономического развития Российской Федерации. Министерство предлагает широкий спектр мер поддержки, включая правовую, образовательную и консультационную помощь для стимулирования роста и развития малого и среднего бизнеса [5].

Еще одним проблемным аспектом в деятельности предпринимателей является повышение цен со стороны естественных монополий и необходимость в маркировке товаров. Данные факторы могут привести к высоким финансовым расходам, которые многие предприятия не способны покрыть. Для решения

этой проблемы стоит сократить число проверок коммерческой деятельности и увеличить срок предоставления платежей. Также стоит применить такие меры, как кредитные каникулы и снижение суммы ежемесячных взносов по займам.

В данный момент государство работает над проведением трансформаций в сфере цифровизации экономики для повышения результативности предоставляемых услуг и ускорения бизнес-процессов. В рамках федерального проекта «Цифровые технологии» реализуется национальная инициатива «Цифровая экономика Российской Федерации», которая является основой для комплекса мероприятий, обеспечивающих государственную поддержку предприятий в разработке и применении инновационных отечественных информационных технологий и цифровых сервисов. Сервисы по предоставлению электронных услуг, предлагаемые цифровыми платформами для малых и средних предприятий, значительно упрощают ведение бизнеса и имеют важное значение для стратегии государственной поддержки бизнеса [5].

Цифровая платформа МСП – экосистема по электронному подбору и оформлению услуг – играет особую роль в информационной поддержке МСП. Внедрение данного проекта в деятельность предпринимателей было начато в феврале 2022 г. Сервис поможет объединить государственные органы, банки и страховые компании для обеспечения стабильного обмена информацией посредством системы межведомственной онлайн-коммуникации. На данный момент на сайте в свободном доступе находятся более 20 электронных сервисов и сотни мер поддержки [6].

На региональном уровне механизм государственной поддержки для малого и среднего бизнеса представлен системой грантов, предоставляемых на основе конкурсного отбора. Отбор проектов осуществляется на основе таких факторов, как сфера деятельности компании, объем выручки, численность персонала и прочее. Финансовая поддержка может быть предоставлена посредством долевого участия в финансировании либо в виде безвозмездных субсидий. Также финансовая помощь в форме грантов доступна начинающим бизнесменам. Данная поддержка охватывает все малые и средние предприятия, владельцами которых являются лица в возрасте от четырнадцати до двадцати пяти лет. Наименьший размер гранта составляет 100 000 рублей, а наибольший – 500 000 рублей. Для Арктической зоны предусмотрен увеличенный грант, достигающий 1 миллиона рублей [7].

Центральный Банк России также не оставляет без внимания малые и средние предприятия, оказывая им всестороннюю поддержку. В 2025 году усилия по облегчению доступа к кредитным ресурсам для субъектов МСП будут продолжены. Помимо традиционных кредитных инструментов, планируется внедрение ряда дополнительных мер стимулирования. В их числе – предоставление льгот для осуществления факторинга, расширение доступа к получению финансовых ресурсов из альтернативных источников, проведение процедуры проверки надежности потребителей и заказчиков с помощью сервиса «Знай своего клиента». Кроме того, предполагается снижение операционных издержек за счет активного использования Системы быстрых платежей. Таким образом, вышеперечисленные меры способствуют созданию более благоприятной финансовой среды для бизнеса, способствуя его росту и развитию за счет упрощения доступа к финансированию, снижения рисков и оптимизации операционных процессов.

Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод о том, что в настоящий момент для обеспечения высокой экономической результативности малого и среднего предпринимательства решающее значение имеет государственная поддержка, ориентированная на содействие бизнесу и ослабление негативного воздействия санкций на предприятия. Упрощение доступа к необходимым ресурсам и услугам для субъектов МСП является ключевым направлением в деятельности государства, в связи с чем необходимо продолжать развивать цифровизацию процессов и применение информационных технологий для повышения эффективности предпринимательства и ускорения бизнес-процессов.

Список литературы

1. О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации: Федеральный закон №209 – ФЗ: [принят Государственной Думой 6 июля 2007 г.] – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_52144/ (дата обращения: 24.04.2025).

2. Губин, Е.П. Предпринимательское право Российской Федерации: учебник / Е.П. Губин // М.: Норма, 2020. – С. 920.

3. Распоряжение Правительства РФ от 2 июня 2016 г. № 1083-р О Стратегии развития малого и среднего предпринимательства в РФ на период до 2030 г. и плане мероприятий ("дорожной карте") по ее реализации – URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71318202/> (дата обращения: 24.04.2025).

4. Гаджиев, Г.Г. Государственная поддержка малого и среднего предпринимательства в России: проблемные аспекты / Г.Г. Гаджиев // Образование и право. – 2023. – №6. – С.123 – 126.

5. Парфенцев, К.А. Проблемы и перспективы государственной поддержки малого бизнеса (организационно-правовой аспект) / К.А. Парфенцев // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2024. – №4. – С.136 – 141.

6. Цифровая платформа МСП – URL: https://мсп.пф/?utm_source=yandex_five&utm_medium=cpc&utm_campaign=brand&yclid=9551802628809162751 (дата обращения: 24.04.2025).

7. Госпрограммы поддержки малого бизнеса – 2024. – URL: <https://гаес.ru/live/branch/14366/> (дата обращения: 24.04.2025).

© В.М. Шумакова, 2025

ПЕРВИЧНАЯ АДАПТАЦИЯ ПЕРСОНАЛА КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА

Щербакова Мария Сергеевна
студент

Научный руководитель: **Конышева Екатерина Владиславовна**
доцент, к.э.н.

ФГБОУ ВО «Уральский государственный
университет путей сообщения»

Аннотация: Успешное существование организаций во многом зависит от способности эффективно управлять человеческими ресурсами. Одной из ключевых составляющих этого процесса является адаптация новых сотрудников, которая играет важную роль в их интеграции в коллектив и достижении ими высокой производительности. В условиях растущей конкуренции и ускоряющихся изменений в сфере экономики, успешная первичная адаптация становится важным фактором для обеспечения стабильности и конкурентоспособности компании.

Ключевые слова: производительность труда, первичная адаптация, система адаптации, методы адаптации, наставничество.

PRIMARY PERSONNEL ADAPTATION AS A FACTOR OF LABOR PRODUCTIVITY IMPROVEMENT

Shcherbakova Maria Sergeevna

Scientific supervisor: **Konysheva Ekaterina Vladislavovna**

Abstract: The successful existence of organizations largely depends on the ability to effectively manage human resources. One of the key components of this process is the adaptation of new employees, which plays an important role in their integration into the team and their achievement of high productivity. In the context of growing competition and accelerating changes in the economy, successful initial adaptation is becoming an important factor for ensuring the stability and competitiveness of the company.

Key words: labor productivity, primary adaptation, adaptation system, adaptation methods, mentoring.

Первичная адаптация персонала представляет собой процесс интеграции нового сотрудника в организацию, который включает знакомство с её культурой, нормами и целями [1, с. 428]. Этот процесс формирует основу для дальнейшего взаимодействия работника с коллективом и выполнения им своих обязанностей. Успешная адаптация снижает текучесть кадров, повышает уровень вовлечённости и удовлетворённости работой, что, в свою очередь, положительно сказывается на производительности труда.

Эффективность первичной адаптации зависит от множества факторов, включая поддержку со стороны руководства и коллег, а также индивидуальные качества нового сотрудника. Четкая система адаптации является ключевым аспектом, способствующим к быстрому освоению и продуктивной работе новых сотрудников [2, с. 20].

Качественные программы адаптации способствуют снижению текучести кадров, уменьшая затраты на поиск и обучение новых работников, создают стабильную и продуктивную рабочую среду. Управление движением персонала в организации определяется системой показателей, отражающих качество найма. К таким показателям относятся коэффициент текучести персонала, производительность труда и динамика затрат на найм.

Традиционные подходы к адаптации сотрудников включают в себя такие методы, как обучение на рабочем месте, наставничество и групповые тренинги. Наставничество представляет собой процесс, в рамках которого опытный сотрудник (наставник) помогает новичку освоиться на рабочем месте, делаясь с ним знаниями, опытом и корпоративными ценностями. Практический опыт компании РЖД демонстрирует успешное применение наставничества и командной работы для адаптации новых сотрудников. В 2021 году компания внедрила более 300 программ командной интеграции, что способствовало повышению производительности новых работников на 15%. Эти результаты подчеркивают эффективность комплексного подхода, включающего наставничество и командные проекты, для успешной интеграции сотрудников в коллектив [3, с. 102].

Также идет внедрение новых методов первичной адаптации, связанных с цифровыми технологиями. Современные платформы позволяют автоматизи-

зировать процессы введения в должность, предоставлять доступ к обучающим материалам, а также отслеживать прогресс сотрудников [4, с. 157]. Эти технологии не только упрощают адаптацию, но и создают возможность для персонализации процесса, исходя из индивидуальных потребностей сотрудников.

Геймификация, как инновационный подход, активно используется для повышения вовлеченности сотрудников в процесс адаптации. Она включает элементы игрового взаимодействия, которые делают обучение более увлекательным и мотивирующим. Этот метод особенно эффективен для привлечения внимания молодых специалистов, привыкших к цифровым технологиям и интерактивным форматам.

Внедрение программ с использованием искусственного интеллекта, дает возможность анализировать данные о новых работниках, выявлять их сильные стороны и предпочтения, а также разрабатывать индивидуализированные программы обучения. Внедрение ИИ не только улучшает качество адаптации, но и позволяет сократить временные и ресурсные затраты организаций [5, с. 219].

Оценка эффективности адаптации сотрудников позволяет определить, насколько успешно новые работники интегрируются в коллектив и осваивают свои обязанности. Среди методов, применяемых для этой цели, можно выделить анкетирование, интервью и наблюдение. Кроме того, в последние годы всё больше компаний используют цифровые инструменты для оценки адаптации. Например, системы управления персоналом (HRIS) позволяют отслеживать ключевые показатели, такие как уровень вовлеченности, производительность и текучесть кадров среди новых сотрудников

Управленческие решения играют ключевую роль в процессе оценки адаптации сотрудников. Руководители, активно участвующие в этом процессе, не только способствуют повышению удовлетворенности сотрудников, но и обеспечивают более точный контроль за адаптацией. Это подчеркивает необходимость вовлечения управленческого звена в разработку и реализацию программ адаптации, поскольку они могут оперативно выявлять и устранять возникающие проблемы, а также мотивировать сотрудников на достижение высоких результатов [6, с. 50]. Тем не менее адаптация персонала как направление кадровой политики не следует связывать только с периодом после

найма работника. Если организация заинтересована в развитии, то адаптация начинается еще в период обучения, доказывая необходимость вовлечения руководителей в процесс адаптации с самого начала.

Список литературы

1. Актуальные проблемы адаптации курсантов и слушателей образовательных организаций МВД России к условиям профессиональной деятельности: сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции / сост. В. А. Балашова. М.: Московский университет МВД России им. В. Я. Кикотя, 2020. 526 с.

2. Головкина А. И. Проблема адаптации персонала в современной организации // Научный журнал «Полиматис». 2018. № 10. С. 20–21. URL: <http://polymathis.ru/issues/2018/10/Polymathis-10-2018.pdf>

3. Современная молодежь – исследователи XXI века: материалы VI Международной заочной студенческой научно-практической конференции (26 марта 2021 г., пос. Стрелецкий). Орёл: Институт развития образ-я, 2021. 353 с.

4. Сборник лучших докладов по материалам VIII Международной межвузовской научно-практической конференции Института магистратуры на тему: «Социально-экономическое партнерство: новые модели взаимодействия в условиях изменяющегося мира». СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2019. 379 с.

5. Цифровая трансформация: наука, технологии, инновации: сборник статей / под ред. коллектива авторов. Уфа: Аэтерна, 2025. 256 с.

6. Энгеловских В. Р. Адаптация персонала как механизм повышения эффективности работы персонала // Социальные науки: social-economic sciences. 2016. № 2 (12). С. 50.

© М.С. Щербакова, 2025

**СЕКЦИЯ
МИРОВАЯ
ЭКОНОМИКА**

DOI 10.46916/01052025-2-978-5-00215-763-1

**ПРОБЛЕМЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ
В СИСТЕМЕ КОРПОРАТИВНОГО РАЗВИТИЯ**

Есаулков Сергей Дмитриевич
аспирант

Сайтбагина Лидия Александровна
кандидат педагогических наук, доцент
МФПУ «Синергия»

Аннотация: В статье анализируются основные проблемы стратегического управления российских предприятий в контексте корпоративного развития. Рассмотрены институциональные, организационные и методологические ограничения, затрудняющие реализацию стратегических инициатив. Особое внимание уделено роли внешней среды и внутренним управленческим факторам. Предложены практические рекомендации по повышению эффективности стратегического управления с учетом особенностей российского бизнеса.

Ключевые слова: стратегическое управление, корпоративное развитие, российские предприятия, стратегическое планирование, организационные изменения, эффективность управления, стратегический менеджмент.

**PROBLEMS OF STRATEGIC MANAGEMENT
IN THE SYSTEM OF CORPORATE DEVELOPMENT**

Esaulkov Sergey Dmitrievich
Saytbagina Lidiya Aleksandrovna

Abstract: The article analyzes the main problems of strategic management of Russian enterprises in the context of corporate development. Institutional, organizational, and methodological constraints hindering the implementation of strategic initiatives are considered. Special attention is paid to the role of the external environment and internal management factors. Practical recommendations are proposed to improve the effectiveness of strategic management, considering the specifics of Russian business.

Key words: management, corporate development, Russian enterprises, strategic planning, organizational change, management efficiency, strategic management.

Введение

В условиях усиления конкуренции и глобализации проблемы стратегического управления приобретают особое значение. Российская экономика насчитывает около 90 тыс. акционерных обществ, формирующих более 60% промышленного производства [11, с. 23]. Несмотря на достижения теории и практики, «разработка и реализация эффективных стратегий остаются сложнейшей задачей для российских компаний» [3, с. 45].

Как отмечает Виханский О.С., «стратегическое управление является ключевым фактором обеспечения устойчивого развития организации» [11, с. 17]. Цель статьи заключается в систематизации проблем стратегического управления российских компаний и разработке рекомендаций по их устранению.

Цель исследования заключается в выявлении и систематизации ключевых проблем стратегического управления в российских компаниях, а также в разработке практических рекомендаций по их преодолению.

Методология и результаты

Исследование основывается на комплексном подходе, сочетающем как теоретические, так и эмпирические методы. В качестве теоретической базы был проведён систематический обзор научных трудов российских исследователей в области стратегического управления за последние пять лет. Как подчёркивает Р.И. Акмаева, «стратегический менеджмент представляет собой целенаправленную деятельность, направленную на обеспечение долгосрочного успеха организации путём согласования её потенциала с возможностями внешней среды» [1, с. 16]. Это определение легло в основу логики анализа, используемой в статье.

С целью изучения практического опыта были применены методы анализа стратегических документов российских компаний, статистический анализ и экспертное анкетирование. Подход к интерпретации данных базировался на утверждении И.Б. Гуркова о том, что «для российской практики характерна высокая вариативность стратегических решений даже в рамках одной отрасли,

что требует детального контекстного анализа» [3, с. 52]. Это позволило учесть специфику отраслей и регионов при анализе проблем.

В рамках эмпирической части использовался метод SWOT-анализа, направленный на выявление сильных и слабых сторон предприятий, а также внешних возможностей и угроз. Кроме того, были изучены 12 кейсов российских компаний, относящихся к промышленному, нефтегазовому, аграрному и ИТ-сегментам. Как отмечает А.Т. Зуб, «изучение кейсов позволяет не только верифицировать теоретические выводы, но и выявлять специфические управленческие практики, не описанные в общей теории» [4, с. 108].

Анкетирование проводилось среди руководителей и специалистов стратегических подразделений. Оно позволило получить данные о степени формализации стратегического планирования, уровнях участия в его разработке и частоте стратегического контроля. По результатам анкетирования только 35% респондентов указали на наличие документированной стратегии, а более 70% подтвердили, что стратегические решения принимаются преимущественно на уровне топ-менеджмента. Это согласуется с утверждением Ю.А. Маленкова о том, что «российский стратегический процесс отличается высокой степенью централизации и недостаточной вовлечённостью среднего звена» [6, с. 89].

Кроме того, в рамках полуструктурированных интервью было выявлено, что большинство компаний рассматривают стратегическое планирование как второстепенный процесс по сравнению с текущим операционным управлением. Как подчёркивает Г.Б. Клейнер, «главным ограничением стратегического мышления в российских организациях остаётся ориентация на тактический горизонт, обусловленная нестабильностью внешней среды» [5, с. 33]. Это объясняет слабую интеграцию стратегических ориентиров в практику оперативного управления.

В ходе анализа стратегических документов и корпоративной отчётности также был выявлен разрыв между формально обозначенными стратегическими целями и реальными КРІ, применяемыми для оценки эффективности. Согласно данным, приведённым в работах Парахиной В.Н., «большинство российских компаний не применяют единый инструментарий стратегического контроля, что снижает управляемость процессов» [7, с. 102].

Внешние факторы, такие как нестабильность валютного курса, санкционное давление, изменения в логистических цепочках, оказали

существенное влияние на стратегическое поведение компаний. Как подчёркивает А.Н. Петров, «в условиях высокой турбулентности внешней среды эффективность стратегии определяется не столько качеством планирования, сколько гибкостью и скоростью её корректировки» [8, с. 69].

Кроме того, методологическая часть исследования включала сопоставление российских управленческих практик с зарубежными моделями (модель BSC, матрица Ансоффа, 5 сил Портера). При этом учитывалось мнение М.Б. Шифрина, что «прямое копирование зарубежных моделей без адаптации к национальной специфике ведёт к снижению эффективности стратегических решений» [10, с. 118].

Таким образом, предложенный комплекс методов обеспечил всесторонний анализ проблем стратегического управления с опорой на научные источники, реальный корпоративный опыт и статистические данные. Результаты демонстрируют необходимость гибкой, адаптивной модели стратегического управления, способной учитывать как институциональные особенности, так и динамику внешней среды.

Анализ показал следующие ключевые проблемы:

Высокая зависимость от институциональной среды. Внешние факторы значительно определяют выбор стратегических ориентиров компаний.

Слабая адаптация западных методик. Успешное стратегическое управление возможно лишь при разработке национально-ориентированных моделей.

Централизация управления. Игнорирование потенциала среднего звена снижает качество стратегической реализации.

Негибкость корпоративной культуры. Консервативные ценности тормозят развитие адаптивных стратегий.

Эти факторы требуют комплексного реформирования подходов к стратегическому управлению в российских компаниях.

Выводы

В настоящее время корпорация, основанная на принципе ограниченной ответственности участвующих лиц, превратилась в основной механизм участия капитала в развитии капиталистической и смешанной экономики. В результате, повсеместно в мире огромные средства были аккумулированы в корпорациях. Таким образом, само существование и процветание государств в значительной степени зависит от качества управления ресурсами, аккумулированными в

корпорациях. Совершенствование системы стратегического управления в российских компаниях требует комплексного подхода, учитывающего национальную специфику и современные условия хозяйствования. Предложенные рекомендации направлены на повышение эффективности стратегического управления с учетом особенностей российского корпоративного сектора. Перспективными направлениями дальнейших исследований являются разработка конкретных методик и инструментов стратегического управления, адаптированных к российским условиям.

Список литературы

1. Акмаева Р.И. Стратегический менеджмент: учебное пособие. – М.: РУСАЙНС, 2020. – 251 с.
2. Веснин В.Р., Кафидов В.В. Стратегическое управление: учебное пособие. – СПб.: Питер, 2021. – 192 с.
3. Гурков И.Б. Стратегический менеджмент организации. – М.: ТЕИС, 2019. – 150 с.
4. Зуб А.Т. Стратегический менеджмент: теория и практика. – М.: Юрайт, 2021. – 250 с.
5. Клейнер Г.Б. Стратегия предприятия. – М.: Дело, 2019. – 586 с.
6. Маленков Ю.А. Стратегический менеджмент: учебник. – М.: Проспект, 2020. – 224 с.
7. Парахина В.Н., Максименко Л.С., Панасенко С.В. Стратегический менеджмент. – М.: КноРус, 2021. – 120 с.
8. Петров А.Н. Стратегический менеджмент. – СПб.: Питер, 2019. 400 с.
9. Фомичев А.Н. Стратегический менеджмент: учебник для вузов. – М.: Дашков и К, 2020. – 466 с.
10. Шифрин М.Б. Стратегический менеджмент. СПб.: Питер, 2019. 295 с.
11. Виханский О.С. Стратегич.управление. М.: Экономистъ, 2018. – 296 с.
12. Романова М.М. Особенности управления персоналом при проектной организации деятельности // Вестник МГТУ. – 2019. – № 1. – С. 112-135.

© С.Д. Есаулков, Л.А. Сайтбагина

ОЦЕНКА ПРИМЕНЕНИЯ ВНЕШНЕТОРГОВЫХ ИНСТРУМЕНТОВ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В РОССИИ

Костюченко Виктория Викторовна

студент 4 курса

Экономический факультет

Государственное учреждение высшего образования

«Российская таможенная академия»,

Ростовский филиал

Аннотация: В статье проводится оценка применения внешнеторговых инструментов обеспечения экономической безопасности России в условиях санкционного давления и глобальной трансформации торговых связей. Проанализированы ключевые механизмы регулирования, включая таможенно-тарифные меры (импортные и экспортные пошлины, тарифные квоты), нетарифные ограничения (эмбарго, лицензирование, технические барьеры), а также меры по стимулированию экспорта и валютному контролю.

Ключевые слова: экономическая безопасность, внешнеторговая политика, таможенные пошлины, нетарифные меры, экспорт, импортозамещение, санкции.

ASSESSMENT OF THE USE OF FOREIGN TRADE INSTRUMENTS TO ENSURE ECONOMIC SECURITY IN RUSSIA

Kostyuchenko Victoria Viktorovna

Abstract: The article evaluates the use of foreign trade instruments to ensure Russia's economic security in the context of sanctions pressure and the global transformation of trade relations. The key regulatory mechanisms are analyzed, including customs and tariff measures (import and export duties, tariff quotas), non-tariff restrictions (embargoes, licensing, technical barriers), as well as export promotion and currency control measures.

Key words: economic security, foreign trade policy, customs duties, non-tariff measures, exports, import substitution, sanctions.

Экономическая безопасность России в условиях санкционного давления и глобальной нестабильности во многом зависит от эффективности внешнеторговой политики. Внешнеторговые инструменты играют ключевую роль в защите национальных интересов, обеспечении устойчивости экономики и снижении зависимости от недружественных стран. В данной статье рассматриваются основные механизмы регулирования внешней торговли, их эффективность и перспективы совершенствования в контексте экономической безопасности.

Актуальность исследования применений внешнеторговых инструментов обеспечения экономической безопасности в России обусловлена тем, что в условиях глобальной экономической нестабильности, санкционного давления и перестройки международных торговых связей вопросы экономической безопасности России приобретают особую значимость. Внешнеторговая политика становится ключевым инструментом защиты национальных интересов, обеспечения устойчивости экономики и снижения зависимости от недружественных стран.

Санкции, введенные западными государствами после 2022 года, резко изменили структуру внешней торговли России, заставив переориентировать товарные потоки на новые рынки (Китай, Индия, страны Ближнего Востока и Азии). В этой связи особую важность приобретает анализ эффективности применяемых внешнеторговых инструментов – таможенных пошлин, нетарифных ограничений, валютного контроля и мер поддержки экспорта.

Целью данной работы является комплексная оценка применения внешнеторговых инструментов обеспечения экономической безопасности России.

Экономическая безопасность – состояние защищенности национальной экономики от внешних и внутренних угроз, при котором обеспечиваются экономический суверенитет страны, единство ее экономического пространства, условия для реализации стратегических национальных приоритетов Российской Федерации [1].

В общем виде обеспечение экономической безопасности во внешнеэкономической деятельности можно определить, как соответствие результатов развития внешнеэкономических связей страны ее интересам – чем больше соответствие, тем выше уровень безопасности.

Внешнеторговые инструменты экономической безопасности:

1. Таможенно-тарифное регулирование.
2. Нетарифные меры регулирования.
3. Стимулирование экспорта и диверсификация рынков.
4. Валютное регулирование и контроль капитала.

Таможенно-тарифные меры представляют собой систему налогов и сборов, применяемых к товарам, пересекающим границу. В России они выполняют три ключевые функции: защитную, фискальную и регулирующую.

Импортные пошлины могут устанавливаться в виде адвалорных, специфических или комбинированных ставок. Дифференциация пошлин зависит от страны происхождения.

Примеры применения:

1. Автомобильная промышленность. Повышенные пошлины на ввоз иномарок 15-25% для поддержки отечественных производителей. Утилизационный сбор до 20% на ввоз подержанных авто [2].

2. Сельское хозяйство. Защитные пошлины на мясо птицы до 80%, но не менее 0,5 евро на килограмм после вступления в ВТО. Сезонные пошлины на фрукты и овощи, например, 50% на яблоки в период сбора урожая.

Эффективность применения:

1. Сокращение доли импорта в отдельных категориях, например, доля импортных авто упала с 60% в 2012 г. до 25% в 2022 г. [3].

2. Рост цен на конечную продукцию на 15-30% для некоторых товарных групп.

3. Риск возникновения «серого» импорта, например, ввоз авто через Казахстан.

Экспортные пошлины введены на:

1. Энергоносители. Гибкая шкала пошлин на нефть привязана к цене Urals – от 0% при 44,2/барр.

2. Временные пошлины на никель 15%, медь 10% в 2022-2023 гг. [2].

Эффективность применения:

1. Увеличение доходов бюджета до 1,5 трлн руб. в 2023 г. от нефтяных пошлин [4].

2. Снижение конкурентоспособности экспортеров, например, рост издержек металлургов на 5-7%.

Нетарифные меры регулирования.

1. Запреты и ограничения, например, продовольственное эмбарго 2014 года, запрет на ввоз мяса, молока, рыбы из ЕС, США, Канады, Австралии. Расширено в 2022 г. на алкоголь, кофе, кондитерские изделия.

Контрсанкции 2022 года в виде запрета экспорта необработанной древесины, благородных металлов.

В результате произошел рост производства сыра в РФ с 240 тыс. тонн в 2013 году до 650 тыс. тонн в 2023 году. Дефицит специализированного оборудования.

2. Лицензирование и квотирование.

Экспорт удобрений: Квотирование через «Росхим», например, 8,9 млн. тонн азотных удобрений на 2024 г.

Импорт лекарств: Обязательная регистрация в Минздраве сроком – до 1,5 лет.

Риски коррупции при распределении квот, дефицит жизненно важных товаров.

3. Технические барьеры

Сертификация: Обязательное соответствие техрегламентам Таможенного союза.

Санитарный контроль: Запрет ввоза ГМО-продукции.

Примерами является блокировка поставок молочной продукции из Беларуси из-за «несоответствия стандартам» в 2021 году. Затягивание сертификации европейского медоборудования увеличение сроков с 3 до 9 месяцев.

Стимулирование экспорта и диверсификация рынков.

Субсидирование ставок: Компенсация 2/3 ставки по кредитам экспортеров.

Страхование рисков: «ЭКСАР» покрывает до 90% политических рисков.

Результатом является рост несырьевого экспорта с 134 млрд. в 2019 году до 157 млрд. в 2023 году. Строительство ветки «Север – Юг» для торговли с Индией. Удорожание перевозок в 2-3 раза после ухода Maersk и MSC. Нехватка судов ледового класса.

Валютное регулирование.

Обязательная продажа валютной выручки для стабилизации рубля. Запрет на вывод дивидендов в «недружественные» юрисдикции. Ограничение валютных переводов физлиц.

Результатом является смягчение валютных колебаний и снижение привлекательности для иностранных инвесторов.

Проблемы и вызовы в обеспечении экономической безопасности России:

1. Чрезмерная зависимость от сырьевого экспорта. На нефть, газ и металлы приходится 68% экспорта в 2023 году по данным ЦБ РФ [5]. Доходы бюджета на 40% зависят от нефтегазовых поступлений.

2. Дефицит высокотехнологичного импорта.

3. Рост зависимости от Китая. Доля Китая в импорте РФ 38% в экспорте 25%. Китай является основным покупателем нефти, угля, древесины. Существует риск технологической зависимости, т.к. 90% импорта смартфонов и 65% оборудования для ТЭК – китайского производства.

4. Слабая диверсификация экономики – экспорт по-прежнему зависит от цен на энергоресурсы.

Для укрепления экономической безопасности необходимо:

1. Активное импортозамещение в критических отраслях (ИТ, машиностроение, фармацевтика).

2. Развитие альтернативных транспортных маршрутов (Северный морской путь, коридоры в Азию).

3. Углубление сотрудничества в рамках ЕАЭС, ШОС, БРИКС.

4. Цифровизация внешнеторговых операций (блокчейн, цифровой рубль).

5. Стимулирование несырьевого экспорта через налоговые льготы и господдержку.

Внешнеторговая политика России в последние годы стала более защищенной, но сохраняются системные проблемы, связанные с сырьевой зависимостью и технологическим отставанием. Для обеспечения долгосрочной экономической безопасности необходимо сочетать защитные меры тарифы, квоты с активным развитием несырьевого экспорта и международного сотрудничества в альтернативных направлениях. Успех будет зависеть от способности диверсифицировать экономику и снижать критическую зависимость от отдельных рынков.

Список литературы

1. Указ Президента РФ от 13 мая 2017 г. № 208 «О Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года».

2. Постановление Правительства Российской Федерации от 21 сентября 2023 г. № 1538 «О ставках вывозных таможенных пошлин на товары, вывозимые из Российской Федерации за пределы таможенной территории Евразийского экономического союза, и о внесении изменений в ставки вывозных таможенных пошлин на товары, вывозимые из Российской Федерации за пределы таможенной территории Евразийского экономич.союза»

3. Официальный сайт аналитического агентства «Автостат». URL: [https:// www.autostat.ru/](https://www.autostat.ru/).

4. Сведения о формировании и использовании дополнительных нефтегазовых доходов федерального бюджета в 2018-2025 годах. [Электронный ресурс] // Официальный сайт Минфин России. URL: https://minfin.gov.ru/ru/statistics/fedbud/oil?id_57=122094-svedeniya_o_formirovanii_i_ispolzovanii_dopolnitelnykh_neftegazovykh_dokhodov_federalnogo_byudzheta_v_2018-2024_godu.

5. Центральный Банк РФ (2024) – «Платежный баланс и внешняя торговля РФ за 2023 год».

6. Социально-экономическое положение России. Январь 2024 [Электронный ресурс] // Официальный сайт Росстат. URL: [https:// rosstat.gov.ru/folder/11194](https://rosstat.gov.ru/folder/11194).

7. Подоскина В. В. Риски и угрозы экономической безопасности при внешнеэкономической деятельности / Подоскина В. В., Бондарева Я. Ю. // Пространственное развитие территорий. 2018.

© В.В. Костюченко

**СЕКЦИЯ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ
И МУНИЦИПАЛЬНОЕ
УПРАВЛЕНИЕ**

DOI 10.46916/01052025-1-978-5-00215-763-1

**РОЛЬ ГОСУДАРСТВА В ФОРМИРОВАНИИ И РЕАЛИЗАЦИИ
СОВМЕСТНЫХ ПРОЕКТОВ В МЕЗОЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМАХ
НА ПРИМЕРЕ КЛАСТЕРНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ**

Андреева Тамара Александровна

к.э.н., доцент

Институт экономики и организации
промышленного производства СО РАН

Аннотация: Целью исследования является оценка влияния государственной политики на развитие кластеризации в стране, обеспеченность импортозамещения производств за счет выполнения кластерных проектов в структуре промышленных и инновационных кластеров. В работе рассмотрены механизмы ее осуществления. Это позволяет использовать ее при решении региональных проблем экономического развития экономики.

Ключевые слова: государственная политика, проект, механизмы государственной кластерной политики.

**THE ROLE OF THE STATE IN THE FORMATION
AND IMPLEMENTATION OF JOINT PROJECTS IN MESOECONOMIC
SYSTEMS ON THE EXAMPLE OF CLUSTER FORMATIONS**

Andreeva Tamara Aleksandrovna

Abstract: The aim of the study is to assess the impact of state policy on the development of clustering in the country, ensuring import substitution of production through the implementation of cluster projects in the structure of industrial and innovative clusters. The paper examines the mechanisms for its implementation. This allows it to be used in solving regional problems of economic development of the economy.

Key words: state policy, project, mechanisms of state cluster policy.

В последние десять лет кластеры становятся значимой мезоэкономической системой для многих государств в мире, и для России в том числе, так как обеспечивают эффективное использование ресурсов, предлагают и

развивают новые технологические подходы в производстве. Об этом свидетельствует множество работ, которые рассматривают кластерную инициативу государства, как особый экономический проект на примере европейской и российской практике [1, с. 47-52]. Исследуют процессы формирования кластеров и организационной структуры управления кластером [2, 3].

В настоящее время существует понятие кластерная политика, как часть государственной политики в области поддержки кластеров и проектов, выполняемых в их структуре. Важность этой поддержки государства определяет актуальность выбранной темы исследования.

Целью исследования является оценка влияния государственной политики на развитие кластеризации в стране.

В основу методики исследования положен метод документального изучения материалов роли государства при создании и выполнении кластерных проектов, и получение, в результате обобщения выводов о значении государства при создании и выполнении кластерных проектов.

Объектом исследования является государственная политика при создании и выполнении кластерных проектов. Предметом исследования являются роль государства при выборе необходимости создания кластерных образований. Новизна исследования заключается в обобщении используемых механизмов государства при выполнении кластерных проектов.

Государство создает необходимое количество директивных и методических материалов, в которых разрабатываются основы и стратегические направления развития кластерных образований и их проектов. К ним относятся Методические рекомендации по реализации кластерной политики [4], которые составлены на основе таких законодательных документов, как «Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года» [5] и «Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года» [6] Концепция технологического развития на период до 2030 года [7]. Инициативы создания кластеров могут принадлежать как государству, так и инициативной группе участников кластера. Разработку новых продуктов и технологий они осуществляют в разрезе кластерных проектов.

Но даже в случае, когда инициативу создания кластерного проекта выдвигают участники кластера, государство в любом случае, как правило,

принимает участие в его выполнении, предоставляя финансовую, консультативную или инфраструктурную помощь в выполнении проектов.

Оно определяет приоритетные направления для выполнения проектов с точки зрения выбранных стратегий развития экономики страны в целом, выступает в роли информационного посредника и посредника по укреплению взаимопонимания и творческого климата среди участников выполнения проекта. Поддерживает в виде дополнительных инвестиций создание перспективных проектов по созданию новых продуктов, технологий и научно-исследовательских работ, участвует в распределении денежных средств и поощрений участников выполнения проектов. Обеспеченность импорто-замещения производств за счет выполнения кластерных проектов в структуре промышленных и инновационных кластеров.

Важная роль принадлежит государству при создании необходимой инфраструктурной среды. Это необходимое условие для выполнения кластерных проектов, так как на территориях, имеющих развитую инфраструктуру, обеспечивается эффективное развитие кластерных образований и усиливаются возможности выполнения стратегически значимых кластерных проектов.

Учитывая важную роль государства при выполнении кластерных проектов, можно выделить ряд проблем, которые возникают, когда связь между государством и участниками кластера нарушается. Если нарушается финансирование проекта, неважно по каким причинам, выполнение его может быть приостановлено. Может возникать несоответствие поставленных государством сроков выполнения проектов и реальными возможностями участников кластера их выполнить. Иногда могут возникать проблемы и непонимание участников кластера, если нарушается объективность и прозрачность выделения средств государством отдельным кластерам субсидий или финансовых средств на выполнение проектов. Не всегда учитывается инфляционный фактор при выделении финансирования проектов государством.

Заключение

Следует отметить активное участие государства в процессах создания и выполнения кластерных проектов. Это способствует повышению результативности кластерных образований и играет важную положительную роль при своевременной и достаточной обеспеченности кластерных проектов необходимыми финансовыми, организационными и инфраструктурными условиями.

Примечания

Работа выполнена в рамках проекта 5.6.1.5. (0260-2021-0002 «Интеграция и взаимодействие мезоэкономических систем и рынков в России и её восточных регионах: методология, анализ, прогнозирование» плана НИР ИЭОПП СО РАН 2025 г. Регистрационный номер НИОКТР* № 121040100284-9.

Список литературы

1. Катуков Д. Д. Кластерная инициатива как особый экономический проект: европейская и российская практика // Инновации. – 2014. – № 7(189). – с. 47–52.
2. Ахенбах Ю.А. Формирование и развитие научно–производственных кластеров в регионе: теория, методология, практика. - Тамбов: Тамб. гос. ун–т им. Г.Р. Державина, 2012. – 43 с.
3. Скворцов Е.Н. Формирование организационной структуры управления кластером. / Автореферат диссертации на соискание степени к.э.н. - Саранск: ФГБОУ ВО НИМГУ им. Н.П. Огарева, 2016. – 23 с.
4. Методические рекомендации по реализации кластерной политики. URL: kpfu.ru/docs/F2078437249/metod_po_claster.doc (дата обращения 08.11.2024).
5. Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года. URL: [http:// docs.cntd.ru/document/902130343](http://docs.cntd.ru/document/902130343) (дата обращения 08.11.2024).
6. Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года. URL: <https://ac.gov.ru/files/attachment/4843.pdf> (дата обращения 08.11.2024).
7. Концепция технологического развития на период до 2030 года. Утверждена Распоряжением Правительства Российской Федерации от 20 мая 2023 года № 1315-р. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_447895/f62ee45faefd8e2a11d6d88941ac66824f848bc2/ (дата обращения: 20. 02 2024 года).

© Т.А. Андреева, 2025

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЗАКУПОК В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Шепелев Виталий Ильич

студент

Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

Аннотация: В статье рассматриваются актуальные вопросы совершенствования системы государственных закупок в Российской Федерации, с акцентом на необходимость реформирования для повышения ее эффективности, прозрачности и конкурентоспособности. Статья предлагает комплекс мероприятий по оптимизации законодательного регулирования, улучшению условий для предпринимателей и обеспечению большей прозрачности в процессе государственных закупок. Подчеркивается важность сотрудничества между государственными органами, бизнес-сообществом и экспертами для достижения значительных результатов и создания более эффективной и открытой системы госзакупок, способствующей экономическому развитию страны.

Ключевые слова: государственные закупки, эффективность, конкурентоспособность, оптимизация, предпринимательство, законодательство.

IMPROVING THE PUBLIC PROCUREMENT SYSTEM IN THE RUSSIAN FEDERATION

Shepelev Vitaly Ilyich

Abstract: The article discusses current issues of improving the public procurement system in the Russian Federation, with an emphasis on the need for reform to increase its efficiency, transparency and competitiveness. The article suggests a set of measures to optimize legislative regulation, improve conditions for entrepreneurs and ensure greater transparency in the public procurement process. The importance of cooperation between government agencies, the business community and experts is emphasized in order to achieve significant results and create a more

efficient and open public procurement system that contributes to the economic development of the country.

Key words: public procurement, efficiency, competitiveness, optimization, entrepreneurship, legislation.

Со стороны бюджетного финансирования наиболее логично было бы определение в Федеральном законе «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» от 05.04.2013 № 44-ФЗ ценовых критериев государственных закупок [1].

Ценовые критерии государственных закупок в Российской Федерации регулируются статьёй 22 ФЗ-44. Необходимо добавить следующие:

1. Начальная (максимальная) цена единицы товара, работы, услуги. Этот критерий определяет предельную стоимость одной единицы продукции. Он используется для расчёта общей стоимости контракта на основе количества товаров, работ или услуг.

2. Правила описания и обоснования закупки. Заказчик должен чётко указать, какие товары, работы или услуги он хочет приобрести, а также обосновать их необходимость. При этом он обязан руководствоваться принципом эффективности использования бюджетных средств.

3. Нормирование. Государственные закупки должны соответствовать установленным нормам и правилам, которые определяют требования к товарам, работам и услугам. Это позволяет обеспечить качество и безопасность продукции, а также предотвратить злоупотребления.

4. Антидемпинговые меры. Если участник предлагает цену контракта, которая на 25% и ниже начальной (максимальной), то заказчик вправе установить требование о предоставлении обеспечения исполнения контракта или потребовать предоставления информации, подтверждающей добросовестность участника [2].

Эти ценовые критерии направлены на обеспечение прозрачности, эффективности и справедливости государственных закупок. Они позволяют оптимизировать расходы бюджета, предотвратить коррупцию и злоупотребления, а также обеспечить высокое качество закупаемой продукции.

Разрешение этой проблемы имеет существенное практическое значение. В тесной взаимосвязи с данной проблемой находится условие выделения ассигнований из бюджета. Представляется необходимым закрепить в БК РФ

положение о том, что «ассигнования как из бюджетной системы, так и из других централизованных фондов должны осуществляться строго по срокам, так, чтобы они могли быть наиболее рационально использованы в хозяйстве».

Чтобы минимизировать коррупционные риски важно использовать определенные методы [3]:

- устанавливать препятствия затрудняющие реализации коррупционных схем;
- сократить воздействие на должностное лицо иных субъектов госзакупок;
- установление более строгой ответственности должностных лиц при подаче отчетности.

Отдельно стоит отметить, что в нашей стране ведется «Реестр лиц, уволенных в связи с утратой доверия». На наш взгляд, необходимо ввести такие же списки для исполнителей госзакупок с соответствующими мерами пресечения. Новые механизмы мошенничества при закупке товаров, работ или услуг создаются и придумываются людьми, которые знают систему изнутри, чаще всего со стажем от 10 лет и более. Поэтому возможно имеет место введение дополнительного контроля за деятельностью данных лиц.

Также необходимо введение следующих изменений – автоматизация всех процессов закупки, включая этап исполнения контракта и введение универсальной предквалификации участников закупок. Также можно использовать технические методы: применение видеокамер, проверка служебной переписки. Психологический метод не остается в стороне, возможно применение тестирования кандидатов при приеме на работу, проверять анкетные данные, создавать систему взаимного контроля сотрудников.

Задача совершенствования законодательства о госзакупках по-прежнему актуальна, но необходим учет интересов непосредственных участников системы закупок, и изменения в регулировании не должны порождать для них дополнительные издержки. Разумным здесь было бы использование процедур оценки регулирующего воздействия. Распространение оценки регулирующего воздействия на организации бюджетного сектора позволило бы повысить качество регулирования, обеспечив необходимый баланс между интересами контролирующих ведомств, поставщиков и заказчиков, в функции которых входит производство общественных благ и предоставление социальных услуг гражданам [4].

Проблема различной оценки эффективности закупок органами государственной власти и поставщиками заключается в том, что каждая сторона использует свои критерии и методы оценки, что приводит к разногласиям и недопониманию. Органы власти часто фокусируются на соблюдении законодательства, экономии средств и своевременности поставок, тогда как поставщики могут акцентировать внимание на условиях контракта, своевременной оплате и долгосрочных перспективах сотрудничества [5].

Разработка и внедрение единых стандартов и критериев оценки эффективности закупок, которые будут приемлемы для обеих сторон. Включение в критерии оценки таких показателей, как качество продукции, соблюдение сроков, стоимость, условия оплаты и долгосрочные перспективы сотрудничества (в этом заключается научная новизна работы).

Основные компоненты системы оценки:

1. Качество продукции: технические характеристики товара/услуги, соответствие стандартам и нормативам, наличие сертификатов качества, гарантийные обязательства, отзывы предыдущих заказчиков.

2. Соблюдение сроков: пунктуальность поставок, оперативность выполнения работ, соблюдение промежуточных этапов, гибкость в изменении сроков при необходимости, наличие резервных мощностей для срочных поставок.

3. Стоимость: конкурентная цена, структура ценообразования, возможность оптимизации затрат, прозрачность формирования стоимости, экономическая эффективность закупки.

4. Условия оплаты: график платежей, авансирование, способы оплаты, финансовые гарантии, риски неплатежей.

5. Долгосрочные перспективы: стабильность поставок, потенциал развития сотрудничества, готовность к расширению объемов, инновационный потенциал поставщика, репутационные риски

Практическое применение:

1. Разработка балльной системы оценки по каждому критерию.
2. Установление весовых коэффициентов для разных показателей.
3. Создание шаблонов оценочных форм.
4. Внедрение автоматизированной системы подсчета баллов.
5. Регулярный пересмотр и актуализация критериев

Реализация этих рекомендаций может значительно повысить эффективность, прозрачность и справедливость системы государственных закупок в России, что, в свою очередь, приведет к улучшению качества государственных услуг и повышению доверия со стороны общества и бизнеса.

Список литературы

1. ФАС России [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://fas.gov.ru/> (дата обращения: 12.04.2025).
2. Хабилова Я.Ф. Правовые аспекты решения социальных проблем субъектов Российской Федерации// Вопросы российского и международного права. 2017.Т.7.№ 1А.С. 42-50.
3. Гайсин Г.С., Биккинин И.А., Султанова Д.С. Развитие системы противодействия коррупции на местном уровне// В сборнике: Applied and Fundamental Studies Proceedings of the 12th International Academic Conference. 2017. С. 210-212.
4. Федеральные органы исполнительной власти. Госслужба [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://gossluzhba.gov.ru/?v=1> (дата обращения: 05.04.2025).
5. Официальный сайт единой информационной системы в сфере закупок [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://zakupki.gov.ru> (09.04.2025).

© В.И. Шепелев

**СЕКЦИЯ
МЕНЕДЖМЕНТ
И МАРКЕТИНГ**

**ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ БИЗНЕС В УЛЬЯНОВСКОЙ ОБЛАСТИ.
ЗАБОТА О ПРИРОДЕ КАК КЛЮЧЕВОЕ КОНКУРЕНТНОЕ
ПРЕИМУЩЕСТВО В СОЦИАЛЬНОМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ**

Зубова Мария Владимировна

старший преподаватель

кафедра «Экономика и менеджмент»

ФГБОУ ВО «Ульяновский государственный

технический университет»

Аннотация: В статье рассматривается актуальная тема синергии между заботой о природе и предпринимательской деятельностью в контексте социального предпринимательства. Автор анализирует как экологическая ответственность становится ключевым конкурентным преимуществом для компаний. Обсуждаются успешные примеры местных предприятий, внедряющих инновационные подходы к переработке отходов, использованию возобновляемых ресурсов и организации экологических инициатив. Также в ней рассматриваются кейсы и ситуации, которые могут помочь в формировании культуры экологической ответственности в Ульяновской области.

Ключевые слова: экологический бизнес, социальные программы, инициативы, проекты, конкуренция, Ульяновская область, развитие, регион.

**ENVIRONMENTAL BUSINESS IN THE ULYANOVSK REGION.
CARE FOR NATURE AS A KEY COMPETITIVE ADVANTAGE
IN SOCIAL ENTREPRENEURSHIP**

Zubova Maria Vladimirovna

Abstract: The article discusses the topical issue of synergy between caring for nature and entrepreneurship in the context of social entrepreneurship. The author analyzes how environmental responsibility is becoming a key competitive advantage for companies. Successful examples of local enterprises implementing innovative approaches to waste recycling, the use of renewable resources and the organization of

environmental initiatives are discussed. It also examines cases and situations that can help form a culture of environmental responsibility in the Ulyanovsk region.

Key words: environmental business, social programs, initiatives, projects, competition, Ulyanovsk region, development, region.

Экологический бизнес – это предпринимательство, построенное на принципах заботы о планете и её ресурсах. Это не только деятельность по созданию экозащитной техники и технологии, но и прибыльное производство необходимых обществу товаров и услуг с применением ресурсосберегающих и энергосберегающих технологий.

Некоторые разновидности экологического бизнеса:

- благоустройство ландшафтов;
- разработки по ресурсосбережению;
- использование в разных целях вторсырья;
- организация экодосуга;
- основание секонд-хендов;
- буккроссинг — обмен подержанными книгами;
- установка солнечных батарей и ветряков;
- переработка мусора;
- безопасные товары для «умного дома»;
- экологичный туризм;
- выпуск и распространение безвредных для природы товаров;
- экообразование.

Современные потребители все чаще отдают предпочтение товарам и услугам, созданным с заботой о природе. Экологические критерии становятся важным фактором выбора, что открывает новые возможности для предпринимателей, занимающихся экологически чистыми продуктами и услугами [3].

В последние годы в России, в том числе и в Ульяновской области, наблюдается рост интереса со стороны государства к экологии и устойчивому развитию. Это выражается в различных программах и инициативах, которые поддерживают экологические проекты и стартапы, что делает экологический бизнес еще более привлекательным. А постоянное повышение экологической грамотности населения приводит к более активной поддержке экологических

инициатив, следовательно, социальные предприниматели, которые заботятся о природе, получают лояльность и большее доверие со стороны клиентов и общества в целом.

Социальное предпринимательство в области экологии призвано не только развивать бизнес, но и заботиться об обществе, окружающей среде и будущем поколении. В Ульяновской области существуют успешные примеры компаний, которые идеально иллюстрируют этот подход. Например, многие местные предприниматели начали заниматься переработкой пластика и других отходов, которые ранее просто выбрасывались. Они создают новые товары из переработанных материалов, предоставляя уникальные продукты и уменьшая объем отходов на свалках.

Рассмотрим проекты некоторых крупных российских компаний, которые так же реализуются на территории Ульяновской области.

Начнём с автолюбителей, которые могут компенсировать углеродный след своей машины. Такой шаг навстречу собственной экологичности возможен благодаря проекту сети АЗС «Лукойл» и эко-сервиса «Сохрани лес». В мобильном приложении «Лукойла» водители могут посчитать выбросы CO₂ своего автомобиля в пару нажатий, а после – посадить такое количество деревьев, которое способно компенсировать эти выбросы, «забирая» CO₂ из атмосферы. Внутри проекта – сложные формулы расчётов и алгоритмы, отправляющие запрос на посадку дерева в экологический сервис. А когда посадка окончена, пользователи получают отчёты о регулярных уходах за будущим лесом.

Множество экологических инициатив поддерживает и Яндекс. Так, Лавка предлагает своим пользователям простое и удобное решение для утилизации доставочных пакетов. Теперь можно вернуть использованные пакеты курьеру, а сервис позаботится об их переработке, при этом клиенты получают дополнительные баллы в приложении для дальнейших заказов. Более того, Яндекс стремится к увеличению объема перерабатываемой упаковки в своих сервисах: в 2023 году 100% доставочной упаковки Лавки было изготовлено из перерабатываемых материалов, у Яндекс Маркета – 97%, а у Яндекс Доставки – 95%. Это демонстрирует стремление компании к минимизации негативного воздействия на окружающую среду и вовлечение клиентов в процесс заботы об экологии [1].

В Ульяновске же компаниями, у которых есть подобные мероприятия, являются: «Марс», «Бриджстоун» и «Хемпель». Они внедряют на своих предприятиях технологии энергосбережения и вторичного использования ресурсов. Также упоминался «Фортум» – поставщик экологически чистой энергии. К сожалению, в январе 2025 года сообщалось, что в Ульяновске закрылся проект «ВторПлюс», который занимался сбором и утилизацией вторсырья. Создатели площадки объявили о приостановке деятельности из-за финансовых трудностей.

На территории Ульяновской области так же регулярно проводятся экологические инициативы разных компаний совместно с социальными предпринимателями, самыми известными из них стали:

– **Инициатива Сбербанка по раздельному сбору мусора.** В 2021 году банк совместно с ЖК «Аквамарин» провёл акцию, в рамках которой почти 900 кг собранного жителями жилого комплекса пластика отправили на переработку. Из переработанного материала изготовили скамьи и кашпо для цветов, которые установили в ЖК. В рамках этой акции для изготовления кашпо для цветов привлекались волонтерские отряды, которые не только помогли управляющей компании, а еще получили большое количество положительных эмоций от участия в столь масштабном проекте.

– **Использование «зелёной» энергии.** В октябре 2020 года центральное отделение Сбербанка в Ульяновске стало первым офисом банка, который работает исключительно на энергии, производимой на ветроэлектрических станциях.

– **Экологические проекты пивоваренного завода Efes Rus.** В 2014 году завод был включён в перечень экологически ответственных предприятий Ульяновской области. Компания реализовывала проекты по сокращению расходов воды при производстве, снижению энергозатрат и выбросов углекислого газа, а также вкладывалась и продолжает вкладываться в социально-экономическое развитие региона. Они обустроивали родники и городские территории совместно с экологическими активистами Заволжья.

Кроме того, забота об экологии становится не просто трендом и социально значимым делом, а необходимостью в условиях постоянно растущей конкуренции. Исследования показали, что основными преимуществами, которые дает «забота о природе», являются:

1. Имидж и репутация. Бренды, которые заботятся об экологии, становятся более привлекательными для потребителей, особенно молодежной аудитории, которая активно поддерживает экологические инициативы.

2. Лояльность клиентов. Люди все чаще выбирают товары и услуги, которые не наносят вреда окружающей среде. Социальные предприятия, ориентированные на экологически чистые продукты, могут рассчитывать на высокую степень лояльности.

3. Государственные программы и субсидии. В Ульяновской области существуют программы поддержки экологического бизнеса, которые могут обеспечить финансирование и помощь в создании новых проектов.

4. Инновации. Экологические бизнесы часто внедряют новые технологии и решения, что позволяет им не только снизить затраты, но и повысить качество своей продукции и услуг.

В Ульяновской области многие стартапы занимаются производством упаковки из биоразлагаемых и переработанных материалов. Такие стартапы предлагают альтернативу традиционным пластиковым упаковкам, что позволяет сократить количество отходов. Например, недавно в Ульяновске открылся завод по изготовлению алюминиевых банок из продуктов переработки алюминия. Этот металл является одним из самых удобных в плане вторичного использования, а упаковки, в которых он используется еще раз, так же идут на утилизацию и переработку. Кроме этого, в Ульяновске существуют проекты, которые разрабатывают эффективные системы для сбора и переработки бытовых отходов, например, через внедрение умных мусорных контейнеров, которые оптимизируют процесс сбора и переработки, к сожалению, сейчас таких контейнеров менее 10 на весь город.

Экологический бизнес в Ульяновской области демонстрирует, как забота о природе может стать основой для успешного социального предпринимательства или помогать в его дальнейшем успешном развитии. Существует большой потенциал для развития этого направления, и предприниматели, готовые учитывать экологические аспекты в своей деятельности, могут не только улучшить свою конкурентоспособность, но и внести реальный вклад в создание устойчивого будущего для региона и страны в целом. Таким образом, объединение комфорта, выгоды и заботы о планете становится важным трендом, который уже сегодня формирует облик экономической системы Ульяновской области.

Список литературы

1. Тренд на экологичность: как бизнес и эко-проекты вместе работают для сохранения природы. [Электронный ресурс]. URL: https://secrets.tbank.ru/blogi-kompanij/ekoproekty-v-biznese/?internal_source
2. Газизова О. В., Абдуллина А. Р. Экологический бизнес - как одно из перспективных направлений развития инновационной экономики России // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekologicheskij-biznes-kak-odno-iz-perspektivnyh-napravleniy-razvitiya-innovatsionnoy-ekonomiki-rossii> (21.04.2025).
3. Почему экобизнес из модного тренда превращается в необходимость? [Электронный ресурс]. URL: <https://b2b.oooeos.ru/articles/ekologichnyj-biznes-kak-byt-zelenym-i-pribylnym/>.

© М.В. Зубова

**К-BEAUTY: ФАКТОРЫ УСПЕХА ЮЖНОКОРЕЙСКОЙ
КОСМЕТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ И МАРКЕТИНГОВЫЕ
СТРАТЕГИИ НА МЕЖДУНАРОДНОМ РЫНКЕ**

**Никитина Наталья Дмитриевна
Морозова Евдокия Сергеевна**

студенты

Всероссийская академия внешней торговли

Министерства экономического развития

Российской Федерации

Аннотация: В последние годы южнокорейская косметика приобретает всю большую популярность и завоевывает любовь потребителей по всему миру. Южная Корея становится мировым лидером в косметической индустрии. Такой успех обеспечен популярностью корейской культуры, использованием качественных ингредиентов, государственной поддержкой, использованием новых технологий, разработкой новых инновационных решений. Кроме того, южнокорейские косметические компании предлагают своим покупателям доступные цены, интересные дизайнерские решения, аутентичность своей продукции, продукцию, адаптированную специально под определенные рынки и потребности потребителей. Все это помогает выстраивать прочные связи с потребителями и получать признание по всему миру.

Ключевые слова: Южная Корея, косметическая индустрия, K-Beauty, факторы успеха, маркетинговые стратегии.

**K-BEAUTY: SUCCESS FACTORS OF THE SOUTH KOREAN
COSMETICS INDUSTRY AND MARKETING STRATEGIES
IN THE INTERNATIONAL MARKET**

**Nikitina Natalia Dmitrievna
Morozova Evdokia Sergeevna**

Abstract: In recent years, South Korean cosmetics have become increasingly popular and are gaining the love of consumers around the world. South Korea is

becoming a global leader in the cosmetics industry. This success is due to the popularity of Korean culture, the use of high-quality ingredients, government support, the use of new technologies, and the development of new innovative solutions. In addition, South Korean cosmetics companies offer their customers affordable prices, interesting design solutions, the authenticity of their products, and products tailored specifically to specific markets and consumer needs. All this helps to build strong connections with consumers and gain recognition around the world.

Key words: South Korea, cosmetics industry, K-Beauty, success factors, marketing strategies.

Введение

Южная Корея является страной, которая известна не только своими передовыми технологиями в области производства автомобилей и мобильных устройств, но также и тем, что занимает лидирующие позиции в индустрии красоты. K-beauty, или же южнокорейская косметика, является одним из наиболее ярких и стремительно развивающихся явлений в мировой индустрии красоты 21-го века. Южнокорейская косметика за последнее время приобрела всемирную известность, оказывая значительное влияние на глобальные тенденции ухода за кожей, разработку косметических продуктов и маркетинговые стратегии. Так, согласно данным Министерства безопасности пищевых продуктов и медикаментов Республики Корея, опубликованным 6 января 2025 года, экспорт южнокорейской косметики в 2024 году составил 10,2 миллиарда долларов США, что на 20,6% больше, чем в 2023 году. Крупнейшими импортерами корейской косметики стали Китай, США и Япония, а в число других значимых импортеров вошли Гонконг, Вьетнам, Россия и Тайвань [1].

Объект исследования: южнокорейская косметическая индустрия.

Предмет исследования: факторы успеха южнокорейской косметики и маркетинговые стратегии на международном рынке.

Цель исследования: изучить феномен k-beauty, причины распространения и маркетинговые стратегии, которые применяют южнокорейские компании при продвижении на международные рынки.

Задачи исследования:

– Проанализировать факторы, которые привели к популяризации корейской косметики.

– Изучить способы и методы осуществления маркетинга южнокорейскими косметическими компаниями на внешних рынках.

Факторы успеха

Истоки корейской косметики и ухода за кожей уходят глубоко в древность. Еще тогда корейцы считали, что внешний может влиять на внутреннее состояние, поэтому придавали ему большое значение. Так, история корейской косметики берет свое начало еще с 57 года до н.э. в период Троецарствия в Корее и начинает постепенно развиваться. В 19 веке с приходом западной культуры для корейской косметики настал период массового производства и потребления. В 1961 году после застоя из-за японской оккупации и Корейской войны индустрия корейской косметики начала стремительно развиваться и расти, ведь в этом году был принят закон, запрещающий продажу иностранной продукции. В период с 2010 по 2020 год стремительное развитие социальных сетей и рост популярности видеоконтента способствовали быстрому распространению корейских косметических брендов и тенденций [2]. На сегодняшний день Южная Корея является одним из лидеров в сфере косметики и красоты. Так, даже в 2020 году, несмотря на экономические трудности, вызванные пандемией COVID-19, экспорт корейской косметики достиг больше 8 трлн вон, позволив Южной Корее стать третьим по величине экспортером косметики [3]. В период с 2019 по 2023 год среднегодовой темп роста отрасли корейской косметики составил 6,7% [4]. Исследователи выделяют следующие факторы успеха южнокорейской косметической индустрии.

Во-первых, такая популярность корейской косметики во многом обеспечена таким феноменом, как «корейская волна» (кор. яз. 한류 «халлю»). Такой феномен, являясь одним из инструментов «мягкой силы», заключается в интенсивном распространении корейской культуры по всему миру, включая музыкальную индустрию, кинематограф, моду. Поддержка со стороны знаменитостей оказывает значительное влияние на потребительский спрос в Южной Корее, играя ключевую роль в стимулировании продаж косметической продукции. Стремление потребителей быть похожими на своих любимых артистов стимулирует спрос на южнокорейскую косметику на международном уровне. Таким образом, «корейская волна» оказывает существенное влияние на продвижение и популяризацию корейской косметики во всем мире [5, с. 40-43].

Во-вторых, в 2023 году корейская косметическая промышленность составила 5,2 трлн вон, при этом 76% такой продукции предназначалось для экспорта, что делает ее ведущей отраслью, ориентированной на экспорт. Правительство Южной Кореи оказывает поддержку корейским косметическим компаниям и вкладывает средства в развитие этой отрасли. Так, например, южнокорейское правительство в сотрудничестве с министерствами и местными органами власти других стран создают постоянные зарубежные центры продвижения продуктов, связанных с K-beauty, K-content, K-food [4]. Также в июле 2024 года Министерство малого и среднего бизнеса и стартапов учредило фонд K-Beauty. Такая инициатива направлена на поддержку малого и среднего бизнеса в индустрии косметики, экспорта их продукции и инвестиции в развитие посредством сотрудничества между правительством и частным сектором.

В-третьих, еще одним фактором, обеспечивающим популярность корейской косметики, является ее высокое качество. Производители корейской косметики активно используют натуральные компоненты такие, как центелла азиатская, прополис, ниацинамид, зеленый чай, которые мягко и эффективно воздействует на кожу. На данный момент в отрасли корейской косметики усиливается тренд на экологичность, который заключается в оптимизации производственных процессов с целью снижения негативного воздействия на окружающую среду, использовании экологически чистых ингредиентов, минимизации отходов [6, с. 35-51].

Также косметическая индустрия активно регулируется со стороны государства. Так, например, Министерство безопасности пищевых продуктов и медикаментов Республики Корея опубликовало список ингредиентов, которые нельзя использовать при производстве косметики. Кроме того, косметические компании должны пройти регистрацию в Министерстве безопасности пищевых продуктов и медикаментов Республики Корея в качестве производителя косметики [7].

Еще одними из факторов успеха корейской косметики являются инновационность, постоянное развитие, появление новых технологий [8, с 140-157]. Правительство Южной Кореи в период с 2023 по 2027 год планирует выделить 43,8 млрд вон на повышение конкурентоспособности косметической промышленности посредством поддержки исследований и разработок в производстве высококачественной косметической продукции [4].

Сами же корейские бренды характеризуются постоянным совершенствованием своей продукции, разработкой инновационных решений. Так, корейская косметика задает вектор развития для всей глобальной индустрии красоты [6, с. 35-51].

Маркетинговые стратегии

В дополнение к ранее упомянутым факторам, таким как высокое качество продукции, непрерывные инновации и значительная поддержка со стороны корейской поп-культуры, корейская косметика обладает привлекательностью, обусловленной эстетичным дизайном упаковки, относительно доступным ценовым позиционированием и аутентичностью. Корейские бренды продемонстрировали способность не только предлагать эффективные продукты, но и формировать вокруг них комплексную экосистему, привлекающую потребителей посредством трансляции определенной философии и эстетики. Комплекс маркетинговых стратегий индустрии красоты, ориентированных как на уникальные характеристики продукта, так и на потребительское поведение, характеризуется рядом особенностей:

– индустрия K-beauty внесла существенный вклад в популяризацию концепции многоступенчатого ухода, часто включающего 10-12 этапов, представляя его как метод достижения определенных эстетических стандартов кожи. Бренды активно реализуют обучающие программы для потребителей посредством цифровых каналов, предоставляя информацию о назначении каждого этапа (очистение, тонизирование, эксфолиация, применение эссенций, сывороток, масок, кремов, защиты от солнца) и функциональных свойствах ингредиентов. Данный подход не только способствует увеличению объемов продаж продукции, но и формирует у потребителя восприятие компетентности и контроля в процессе ухода, что коррелирует с повышением лояльности [9, с. 66-70].

– Несмотря на высокое качество и инновационность, значительная часть косметических брендов предлагает продукцию в среднем и бюджетном ценовых сегментах. Потребители часто воспринимают корейскую косметику как предлагающую оптимальное соотношение цены и качества по сравнению с рядом западных люксовых аналогов. Бренды также активно используют промо-акции, наборы миниатюр, комплименты за покупку и расширенные образцы продукции, что стимулирует апробацию новых продуктов и увеличивает лояльность [10, с. 3097–3106].

– Дизайн упаковки играет существенную роль в привлекательности продукции K-beauty. Он демонстрирует широкий диапазон стилей – от минималистичного и функционального до декоративного и премиального. Выразительный, запоминающийся дизайн не только способствует идентификации продукта на торговой полке, но и мотивирует потребителей к распространению визуального контента в социальных сетях, генерируя таким образом охват более широкой аудитории. Упаковка часто разрабатывается с учетом эргономичности и удобства использования [6, с. 35-51].

– Многие корейские бренды формируют свою идентичность на основе нарративов – об использовании натуральных ингредиентов с острова Чеджу, о традиционных секретах красоты корейских женщин, о семейных преемственностях или научных разработках. Этот нарратив способствует формированию эмоциональной связи с потребителем, придает бренду глубину и аутентичность, обеспечивая дифференциацию среди конкурентов. Акцентируется связь с природными ресурсами, культурными традициями и одновременно с научными достижениями [11, с. 473-477].

– Хотя аутентичность K-beauty является неотъемлемым компонентом ее привлекательности, для успешного позиционирования на разнообразных международных рынках корейские бренды осуществляют адаптацию своих продуктов и маркетинговых стратегий. Для регионов с жарким и влажным климатом могут разрабатываться более легкие, гелевые текстуры, тогда как для холодных и сухих – более плотные и питательные кремы. Состав продукции должен соответствовать законодательным нормам и стандартам конкретных стран или регионов. Это требует проведения тщательных работ по адаптации формул. Одной из существенных проблем K-beauty на международном рынке длительное время являлся ограниченный выбор оттенков тональных средств, ориентированных преимущественно на светлые тона кожи. Многие бренды признали данную проблему и приступили к активному расширению палитры с целью удовлетворения потребностей потребителей с различными тонами кожи в Европе, Америке, Юго-Восточной Азии и других регионах [12, с. 139-152].

В отношении каналов продвижения корейской косметики на международной арене следует отметить, что для охвата глобальной аудитории бренды применяют многоканальный подход с выраженным акцентом на цифровые инструменты.

Цифровой маркетинг выступает в качестве одного из ключевых каналов продвижения. К нему относится продвижение посредством социальных сетей, поскольку визуальная привлекательность продукции K-beauty оптимально соответствует формату данных платформ. Бренды осуществляют активное ведение аккаунтов, публикацию визуального контента, обучающих материалов, отзывов. Существенную роль здесь играет инфлюенсер-маркетинг – сотрудничество с бьюти-блогерами на глобальном уровне, которые проводят обзоры, создают обучающие видео по макияжу и уходу, осуществляют сравнение продуктов. Комплексный контент-маркетинг также имеет значительное значение: он включает в себя создание информационного контента (статьи в блогах, руководства по уходу, анализ составов) на сайтах брендов и партнерских платформах, что способствует позиционированию марок как экспертов и облегчает потребителям навигацию в широком ассортименте продукции [10, с. 3097–3106]. В части использования цифровых платформ широко распространен E-commerce: собственные интернет-магазины брендов позволяют контролировать потребительский опыт и осуществлять прямое взаимодействие; крупные международные ритейлеры, такие как Amazon, Sephora, Cult Beauty, предоставляют доступ к широкой аудитории и повышают доверие к бренду; специализированные K-beauty платформы, такие как YesStyle, Stylevana, Jolse, iHerb, становятся основными ресурсами для потребителей данной категории продукции, предлагая обширный ассортимент и глобальную доставку [13, с. 9-18].

Несмотря на доминирование онлайн-каналов, выход в офлайн-ритейл имеет значение для повышения узнаваемости и доступности продукции. Косметические компании используют присутствие в крупных косметических сетях, включение в ассортимент которых рассматривается как индикатор признания и качества. Бренды часто создают специализированные корнеры или выделенные секции K-beauty. В крупных мегаполисах некоторые бренды открывают флагманские магазины для создания иммерсивного потребительского опыта. Также распространен формат Pop-up магазинов – временных точек продаж, используемых для генерации повышенного интереса и проведения тестирования рынка [10, с. 3097–3106].

Как было отмечено ранее, феномен «корейской волны» оказал существенное влияние на международное продвижение корейской косметики. Участники K-pop групп и актеры, имеющие большую популярность, являются

эффективными амбассадорами косметических брендов. Контракты с такими звездами способствуют быстрому повышению узнаваемости бренда и стимулированию продаж на мировом уровне. Потребители демонстрируют склонность к подражанию своим кумирам и приобретению рекламируемой ими продукции [5, с. 40-43]. Например, сотрудничество BTS с брендом корейской косметики VT Cosmetics привело к тому, что некоторые продукты, разработанные в рамках их коллаборации, были распроданы в течение короткого периода времени, а глобальные продажи бренда после объявления BTS его новым лицом, по сообщению The Korea Times, увеличились на 423% и составили 9,2 млрд. вон (приблизительно 527 млн руб.) [14]. Продукты K-beauty часто ненавязчиво интегрируются в популярные корейские драмы и музыкальные клипы, просматриваемые миллионами зрителей за пределами Кореи. Наблюдение за использованием героями определенных продуктов формирует потребительский интерес и стимулирует желание приобрести аналогичный продукт. Знаменитости не просто рекламируют продукт, они транслируют корейские стандарты красоты, делая их желанными для международной аудитории. Они выступают в качестве культурных медиаторов, повышая понятность и привлекательность корейских брендов. Их внешний вид коррелирует с восприятием эффективности рекламируемой косметики. Лояльность фанатов часто трансформируется в лояльность к брендам, поддерживаемым их кумирами [15, с. 13-20].

Результатами данного комплексного подхода, применимого как к продукту, так и к его продвижению на глобальном рынке, являются узнаваемость и признание корейских брендов. Следует отметить, что в глобальных рейтингах самых дорогих косметических брендов, например, Brand Finance Cosmetics 50, корейские бренды, как правило, не занимают лидирующие позиции, где доминируют крупные западные конгломераты (L'Oréal, Estée Lauder, P&G, Unilever). Однако некоторые премиальные корейские бренды регулярно входят в топ-50. Например, Sulwhasoo часто фигурирует в данном рейтинге. В 2024 году Sulwhasoo занял 46 место в списке. Другой бренд, The History of Whoo, также периодически включается в рейтинг – в 2024 году он занял 43 место [16].

Заключение

Основными факторами успеха южнокорейской косметической индустрии являются ее историческое развитие, культурное значение внешнего облика,

влияние «корейской волны», государственная поддержка, непрерывные инновации и высокое качество продукции. Косметические компании эффективно используют маркетинговые стратегии на международном рынке, включая продвижение в социальных сетях, сотрудничество с инфлюенсерами и адаптацию к локальным рынкам. Конкурентоспособность К-Beauty определяется ее инновационным подходом, уникальными ингредиентами и доступным ценовым позиционированием, хотя существуют и ограничения, такие как потенциально интенсивные процедуры ухода и социальное давление, связанное с соответствием стандартам красоты.

Значение К-Beauty для мировой косметической индустрии является существенным. Она оказала трансформирующее воздействие на мировой рынок красоты, представив инновационные продукты, ингредиенты и философию ухода за кожей. Корейская косметика сыграла значительную роль в смещении потребительского фокуса в сторону превентивного ухода за кожей. Она оказала заметное влияние на мировые тенденции в сфере красоты, и элементы К-Beauty все чаще инкорпорируются западными брендами. В перспективе К-Beauty, вероятно, продолжит оказывать влияние на глобальный косметический рынок благодаря своей способности к инновациям и адаптации к меняющимся потребительским предпочтениям.

Дальнейшее развитие будет определяться способностью корейских брендов поддерживать высокий темп внедрения инноваций, углублять локализацию для ключевых рынков, эффективно использовать новые цифровые каналы и продолжать формирование прочных взаимосвязей с потребителями по всему миру. Гибкость, внимание к обратной связи и сохранение оптимального баланса между аутентичностью и адаптацией останутся критическими факторами успеха К-beauty на глобальной арене.

Список литературы

1. No Kyung-min. K-beauty exports surpass \$10b milestone. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.koreaherald.com/article/10383893> Дата обращения: 20.04.2025
2. Chung Ah-young. Tracing history of cosmetics. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.koreatimes.co.kr/lifestyle/travel-food/20130131/tracing-history-of-cosmetics> Дата обращения: 20.04.2025

3. Министерство безопасности пищевых продуктов и лекарственных препаратов РК объявляет статистику производства, импорта и экспорта косметики за 2021 год (статья на корейском) [Электронный ресурс] Режим доступа: https://kcia.or.kr/inc/down.php?dir=BOARD&file_name=202207_165717677890552_2.pdf&rename=7.7%2B화장품정책과.pdf / 20.04.2025

4. Overview of the Korean Cosmetics Industry and Major Support Initiatives. [Электронный ресурс] Режим доступа: https://www.mohw.go.kr/boardDownload.es?bid=0032&list_no=1482554&seq=1 Дата обращения: 20.04.2025

5. Павлова В.С. Индустрия красоты Южной Кореи на мировом рынке // Корееведение в России: направление и развитие. 2021. Т. 2. № 1. С. 40–43

6. Денисова Н. И., Штезель А. Ю. Состояние и тенденции развития косметического рынка // Сфера услуг: инновации и качество. – 2020. – №. 50. – С. 35-51.

7. Cosmetics Regulatory Framework in Korea [Электронный ресурс] Режим доступа: https://www.mfds.go.kr/eng/brd/m_28/down.do?brd_id=eng0006&seq=71481&data_tp=A&file_seq=1 Дата обращения: 20.04.2025

8. Хренов В.В., Шкляева П.А. Особенности южнокорейской косметики и ее продвижения в XXI в.: феномен K-Beauty. Современные востоковедческие исследования. 2023; Том (3). С. 140-157

9. Зильберберг Н. В. Новые возможности профессионального ухода за чувствительной кожей, склонной к сухости и раздражению // Лечащий Врач. 2020. № 12 (23). С. 66-70

10. Le T. Factors affecting the choice of buying Korean cosmetics // Management Science Letters. 2020. № 13 (10). С. 3097–3106. [Электронный ресурс] Режим доступа: https://www.researchgate.net/publication/341619686_Factors_affecting_the_choice_of_buying_Korean_cosmetics 20.04.2025

11. И.В. Агафонова, Н.Б. Изакова, И.А. Шураев. Маркетинговые аспекты трансформации стандартов красоты в современной бьюти-индустрии // Естественно-гуманитарные исследования № 5 (55), 2024. С 473-477

12. Самойлова, В. О. Культура Южной Кореи в условиях ведения бизнеса с иностранцами / Самойлова В.О. – Москва: ИДВ РАН, 2014. – С.139-152.

13. Suk-Hyun SEON // Journal of Industrial Distribution & Business Vol 13 No 8 (2022) 9-18. [Электронный ресурс] Режим доступа: https://www.kci.go.kr/kciportal/landing/article.kci?arti_id=ART002867463 / 20.04.2025

14. The Korea Times «Retailers going after BTS fans». [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.koreatimes.co.kr/business/companies/20190520/retailers-going-after-bts-fans> Дата обращения: 20.04.2025

15. Park Y.-S. Does the Rise of the Korean Wave Lead to Cosmetics Export? 2015. № 4 (2). С. 13-20.

16. Brand Finance Cosmetics 50, 2024. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://brandirectory.com/reports/cosmetics> Дата обращения: 20.04.2025.

© Н.Д. Никитина, Е.С. Морозова

**СЕКЦИЯ
АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ
СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ НАУК**

**ВЗГЛЯД МОЛОДЕЖИ НА СЕМЬЮ
КАК ЦЕННОСТЬ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ**

Саидмуратова Диляра Батырджановна
студент

Хоснуллина Гульчачак Разамировна

Степанова Елена Юрьевна

преподаватели социально-гуманитарных дисциплин
ФГБОУ ВО Казанский институт (филиал),
ВГУЮ (РПА Минюста России), Колледж

Аннотация: В статье рассматриваются взгляды молодежи на родительство, семью и брак. В современном обществе сохранение семейных ценностей и самого института семьи является одной из самых важных задач и проблем. Эти задачи, наряду с решением демографической проблемы убыли населения России, приобретают государственное значение. Формирование правильной позиции молодежи в этом вопросе особенно актуально.

Ключевые слова: семья, брак, демография, социализация, семейные отношения, ценности.

**YOUTH'S VIEW OF FAMILY AS A VALUE
IN MODERN SOCIETY**

Saidmuratova Dilara Batyrdzhanovna

Khosnullina Gulchachak Razamirovna

Stepanova Elena Yurievna

Abstract: The article examines the views of young people on parenthood, family and marriage. In modern society, the preservation of family values and the institution of the family itself is one of the most important tasks and problems. These tasks, along with solving the demographic problem of population decline of Russia, acquire national importance. Forming the right position of young people in this matter is especially important.

Key words: family, marriage, demography, socialization, family relations, values.

В условиях демографического кризиса в России всё более актуальным становится вопрос о современном статусе семьи и сохранении семейных ценностей.

Семья играет ключевую роль в формировании личности и социализации индивида. Она передает ценности, нормы и образцы поведения, которые оказывают влияние на развитие личности и отношения в обществе. Ценности семьи, такие как любовь, забота, взаимопомощь и ответственность, формируют основу для гармоничных отношений и благополучного развития членов семьи.

Однако по сравнению с традиционными эпохами и советским периодом, ценность семьи и желание её иметь явно изменились. Для проверки данного утверждения авторами был проведен опрос среди студентов Казанского филиала ВГУЮ РПА Минюста, результаты которого будут показаны ниже. Современное общество сталкивается с изменениями в представлениях о семье и ее роли. Существует большее признание равноправия супругов, изменение традиционных ролей и увеличение числа людей, не желающих иметь детей. Эти изменения могут повлиять на функционирование семьи как института и на передачу ценностей следующим поколениям.

Социализация – это процесс, в котором семья играет основную роль в передаче и усвоении ценностей, убеждений и норм поведения [4]. Исследования показывают, что именно в семье происходит передача традиций, моральных и этических принципов. Родители являются главными моделями для своих детей, их поведение и ценностные ориентации сильно влияют на формирование мировоззрения и взглядов на жизнь детей.

Кроме того, семья создает определенную атмосферу и культуру, которая также оказывает влияние на формирование ценностей. Например, семьи могут придерживаться определенных религиозных или культурных традиций, которые передаются от поколения к поколению. Это помогает детям развиваться в окружении, где ценятся определенные принципы и нормы поведения.

Семья влияет не только на индивидуальные ценности и ориентации ребенка, но также и на его отношение к обществу и его поведение в нем. Усвоенные ценности и ориентации могут влиять на принятие решений, выбор профессии, отношение к друзьям и партнерам, мировоззрение и многие другие аспекты жизни.

Помимо семьи, на формирование ценностей также влияют другие социальные институты, такие как школа, религия, общество и средства массовой информации. Однако именно семья играет ключевую роль в процессе формирования ценностных ориентаций у ребенка, так как именно семья является источником первичных ценностей и норм поведения.

Правовое регулирование семейных отношений – это система норм и правил, установленных законодательством, которые регулируют создание, изменение и прекращение семейных отношений, а также устанавливают права и обязанности супругов, родителей и других членов семьи [1]. Правовое регулирование семейных отношений определяет правовой статус и защиту семьи, регулирует брачные отношения, разводы, наследование и другие вопросы, связанные с семьей и браком. Существование семейного права направлено на обеспечение справедливости, защиту интересов членов семьи и поддержание социальной стабильности.

Современное правовое регулирование семейных отношений отличается от традиционных подходов и включает в себя более гибкие и индивидуальные подходы к решению споров и конфликтов в семье. Это позволяет учитывать различные потребности и обстоятельства каждой конкретной семьи. Вместе с тем, сохраняется важность защиты интересов детей и обеспечения благополучия семьи в целом.

Наряду с правовым регулированием сегодня существует в России большое количество программ материальной поддержки молодых семей, таких как льготная ипотека, материнский капитал, выплаты многодетным семьям и др. Однако все предпринятые меры не стимулируют молодежь иметь семью и большое количество детей.

Другая проблема связана с изменением образцов поведения и отношения к семье. В современном обществе все больше людей выбирают неженатый или незамужний статус и предпочитают неофициальные браки или долгосрочные партнерства. Однако законодательство во многих странах все еще ориентировано на традиционную форму брака и предоставляет недостаточные правовые гарантии для таких семей.

Проблема развода также остается актуальной. По данным Росстата 73% браков в России распадается, и большинство из них в первые же годы совместной жизни. Данный факт указывает на несерьезное отношение молодых людей к браку и достаточно простую процедуру развода. В 1945 году на

1000 браков приходилось 5,9 разводов, в 1990 – 356,3 [5], а в 2024 году на 10 браков 8 разводов [6]. В Китае, к примеру, ужесточили и усложнили процедуру развода, что позволило сократить количество бракоразводных процессов на 52% [7].

Авторы статьи решили проверить отношение современных молодых людей к семье как к ценности для подтверждения или опровержения наметившихся негативных тенденций.

Молодёжь как особая социальная группа была выбрана не случайно, именно она должна определить наше общество в будущем, поэтому изучение данной социальной группы позволит получить представление о её мотивах в вопросах брака и отношения к детям [2].

С этой целью в марте 2025 года был проведён анкетный опрос среди студентов 17-20 лет колледжа Казанского филиала ВГУЮ в г. Нижнекамске, была использована сплошная выборка, то есть в опросе участвовали все студенты, находящиеся в учебном заведении. Таким образом, за исключением заболевших и находящихся на практике, их количество составило 120 человек. Поскольку в юридический колледж поступают абитуриенты со всех школ города, то выводы данного опроса вполне могут характеризовать молодежную группу 17-20 лет в целом.

Были получены следующие результаты: на открытый вопрос «Что вы считаете ценностью семьи в современном обществе?» большинство студентов указало на взаимопонимание (46%) и заботу (41%), любовь получила почётное третье место (39%). То есть для многих молодых людей семья всё-таки, в первую очередь, ассоциируется с эмоциональной поддержкой и защитой.

Результаты ответов на второй вопрос «Какие изменения вы замечаете в отношении семьи в современном обществе?» показывают, что студенты знают об увеличении числа разводов (33%) и сокращении числа создаваемых семей (28%). То есть студенты прекрасно осведомлены о происходящих изменениях в социальном институте семьи.

Был задан также вопрос «Сколько детей вы хотели бы иметь, если бы у вас были любые необходимые возможности?». Результаты опроса подтверждают тенденцию к низкой рождаемости, о которой говорилось ранее. Большинство (55,6%) опрашиваемых отметили, что двое – действительно соответствует идее нуклеарной семьи, которая стала нормой в современном обществе. Возможно, это связано с экономическими факторами, стремлением к

комфорту и карьерным целям. 16,67% хотели бы троих и 2,8% - больше трёх. То есть небольшая позитивная тенденция всё-таки есть. В небольших городах ещё есть молодые люди, которые мечтают о большой семье. Нужно упомянуть, что такие данные могут быть признаком региональных различий в отношении к рождаемости. Однако ключевой момент – 13,89% не хотят детей. Это значительный процент, и важно понять причины. Данный факт можно связать с факторами, которые упоминались ранее: экономическая нестабильность, изменение ценностей, стремление к самореализации, страх перед будущим, экологические проблемы, недоверие к системе здравоохранения или образованию. Также стоит отметить, что в городских районах, особенно среди молодежи, наблюдается тенденция к снижению желания иметь детей из-за высоких затрат времени и ресурсов.

Нужно также сравнить эти данные с международными исследованиями, где в развитых странах наблюдается схожая тенденция – рост числа людей, отказывающихся от детей. Это глобальный тренд, связанный с модернизацией общества. Однако гораздо большую тревогу вызывают ответы на вопрос «Как вы относитесь к тому, что все больше людей отказываются иметь детей или имеют меньшее количество детей?». Только 21% высказали к данному факту негативное отношение, 48% затруднились ответить, а 29% выразили даже одобрение. Данный факт подтверждает некоторые последние исследования учёных о наметившейся тенденции нежелания иметь семью и тем более большие семьи [3].

Таким образом, опрос показывает негативные тенденции отношения молодёжи к наличию в будущем семьи и рождению детей, хотя остаётся восприятие семьи как ячейки, связанной с взаимопониманием, заботой и любовью. Значит, демографическая проблема в России будет ещё существовать в ближайшее время, а её решение авторы видят, в первую очередь, в финансовой поддержке семей: выплаты пособий, материнский капитал, налоговые льготы, ипотечная поддержка. Однако исследования показывают, что такие меры могут временно повысить рождаемость, но не оказывают долгосрочного влияния. В дополнение: развитие инфраструктуры: создание доступных детских садов, школ, медицинских учреждений и других социальных объектов может снизить барьеры для рождения детей; поддержка работающих родителей: гибкие графики работы, отпуска по уходу за ребенком, возможность удаленной работы; пропаганда семейных ценностей:

информационные кампании, направленные на формирование позитивного отношения к многодетным семьям и детям; улучшение качества жизни: повышение уровня доходов населения, снижение уровня бедности и обеспечение стабильности в экономике.

Список литературы

1. Быстрова, В. В. Цели семейного права // Образовательный портал «Справочник». — Дата написания статьи: 20.09.2017. — URL https://spravochnick.ru/pravo_i_yurisprudenciya/semeynoe_pravootnoshenie/celi_semeynogo_prava.

2. Власюк И. В., Савченко И. А. Молодежь и студенчество в современном обществе: универсальные черты и специфические характеристики // Педагогические исследования (сетевое издание). 2021. № 2. С. 5-11.

3. Луцкая Е.Е., Невежина С.Д., Тихомирова Д.А. Мотивы молодежи иметь или не иметь детей // Социодинамика. 2024. № 8. DOI: 10.25136/2409-7144.2024.8.71257 EDN: AJGXYC URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=71257

4. Пушкарёва М.А., Шипилова К.В. Влияние воспитания в семье на формирование ценностных ориентаций личности [Электронный ресурс] // Сидоров С.В. Сайт педагога-исследователя – URL: http://sisv.com/publ/vlijanie_vospitaniya_v_seme/10-1-0-685.

5. Некоторые основные положения законов о браке и разводе [Электронный ресурс] // Браки и разводы в СССР – URL: <https://su90.ru/marriage.html>.

6. Мамиконян, О. В 2024 году в России распались восемь из 10 браков [Электронный ресурс] // ForbesLife. – Дата написания статьи: 18.12.2024. – URL: <https://www.forbes.ru/forbeslife/527483-v-2024-godu-v-rossii-raspadalis-vosem-iz-10-brakov>.

7. Трегуб, Е. Любовь прошла, завяли помидоры: статистика разводов и способы сохранить семью [Электронный ресурс] // Красный Север. – Дата написания статьи: 29.07.2024. – URL: <https://ks-yanao.ru/narrative/obshchestvo/1jubov-proshla-zavjali-pomidory-statistika-razvodov-i-sposoby-sohranit-semju>.

© Д.Б. Саидмуратова, Г.Р. Хоснуллина,
Е.Ю. Степанова

**СЕКЦИЯ
УГОЛОВНОЕ ПРАВО
И КРИМИНОЛОГИЯ**

СТАЛКИНГ КАК ФОРМА НАРУШЕНИЯ ПРАВА ЧЕЛОВЕКА НА НЕПРИКОСНОВЕННОСТЬ ЧАСТНОЙ ЖИЗНИ

Аникин Кирилл Игоревич

2 курс, программа магистратуры
Университет им. О.Е. Кутафина (МГЮА),
Волго-Вятский институт (филиал)

Аннотация: В статье рассматривается явление навязчивого преследования (сталкинга). Представляются доктринальные позиции о понятии сталкинга и его признаках, на основании представленных позиций предлагается собственное определение указанного явления и характерные черты. Обосновывается общественная опасность сталкинга и необходимость его криминализации в России. Последовательно рассматриваются элементы состава преступления. Анализируется существующее иностранное уголовное законодательство по указанному вопросу. В заключении предлагается собственная редакция статьи нового состава преступления в Уголовном кодексе РФ.

Ключевые слова: сталкинг, психический вред, неприкосновенность частной жизни, криминализация, нежелательный контакт.

STALKING AS A FORM OF VIOLATION OF THE HUMAN RIGHT TO PRIVACY

Anikin Kirill Igorevich

Abstract: The article examines the phenomenon of stalking. The doctrinal positions on the concept of stalking and its features are presented, and based on the presented positions, their own definition of the phenomenon and characteristic features are proposed. The article substantiates the social danger of stalking and the need for its criminalization in Russia. The elements of the corpus delicti are consistently considered. The existing foreign criminal legislation on this issue is analyzed. The conclusion suggests its own version of the article of the new corpus delicti in The Criminal Code of the Russian Federation.

Key words: stalking, mental harm, privacy, criminalization, unwanted contact.

Общественное внимание к явлению stalking привлекли случаи преследования в 80-е годы XX века звезд спорта и шоу в США. В 90-х годах, начиная с судебного рассмотрения дел, знаменитых людей – жертв преследователей, произошла криминализация данного явления [1, с. 279].

Агентство Европейского союза по основным правам в марте 2014 г. опубликовало исследование, посвященное сбору и анализу статистических данных о насилии в отношении женщин, которое показало, что 18% опрошенных из 42000 в 28 странах-участницах ЕС подвергались преследованию; в отношении 21% опрошенных преследование длилось более 2 лет.

За год в США преследованию подвергаются около 7,5 млн человек. В 2017 г. 41% американцев подвергались онлайн-преследованию. Почти каждый пятый американец получал угрозы физической расправы, страдал от сексуальных домогательств или его преследовали в течение длительного периода.

В доктрине предлагаются различные определения понятия «stalking». Сущность данного явления заключается в настойчивом внимании одного лица к другому лицу или же группе лиц, которое продолжается длительное время и может быть различным по форме и степени опасности для преследуемого [2, с. 131]. Stalking означает навязчивое, повторяющееся преследование определенного лица против его воли; поиск контакта, проявляющийся в различных формах [3, с. 30]. Stalking можно определить как умышленное и неоднократное преследование, наблюдение за другим человеком [4, с. 101]. Под stalking предлагается также понимать навязчивое, настойчивое преследование и нежелательное внимание одного человека к другому, контакт или любое иное взаимодействие, которое заставляет другого человека испытывать страх [5, с. 119].

Stalking объединяет элементы поведения, включающие повторные и продолжающиеся попытки (хотя бы один месяц) навязать другому человеку не желаемое знакомство и/или контакт. Признаки повторность и продолжительность позволяют говорить, что такое поведение, направленное на конкретного человека, представляет собой определенный цикл воздействий.

Анализ поведения сталкеров показывает потребность сталкера в зрительном и сенсорном контакте, а также коммуникации с жертвой [1, с. 280].

Говоря об общественной опасности рассматриваемого явления, следует отметить следующее. Сталкинг наносит ущерб психическому и эмоциональному благополучию жертвы, заставляя испытывать постоянный стресс, страх за жизнь и здоровье. Зачастую объекту преследования приходится кардинально сменить образ жизни. Последствия, к которым приводит сталкинг (смерть, изнасилование, вред здоровью, порча собственности и т.п.), еще больше увеличивают степень его общественной опасности. Жертва может быть вынуждена сменить место жительства, работы, учебы, номер телефона, жить в постоянном напряжении. Сталкер может и вовсе не применить насилие, либо оттягивать этот момент годами [6, с. 52]. Жизнь в постоянном страхе и стрессе может привести как к физическому, так и психическому истощению, повлечь и финансовые убытки (смена номера телефона, консультации психолога, покупка различных препаратов от депрессии и стресса, вынужденный отпуск) [7, с. 179]. Преследуемые лица страдают от страха, тревоги, чувства незащищенности и недоверия. Как следствие хронической стрессовой реакции, у них может развиваться посттравматическое стрессовое расстройство или такие психосоматические реакции, как расстройство сна, головные боли, боли в желудке, не имеющие органического происхождения. Нередко непрекращающееся ощущение беспомощности и бессилия ведет к возникновению у жертв депрессивной симптоматики, суицидальных кризисов, проблем с окружающими, социальной изоляции [3, с. 34]. Общественная опасность явления сталкинга выражается в том, что создается угроза личной безопасности человека, появляются препятствия для свободного определения им личного пространства, нарушается его эмоциональное состояние, создается почва для совершения более тяжкого преступления против жертвы [8, с. 389].

Указанные выше обстоятельства свидетельствуют о резонности постановки вопроса криминализации сталкинга в России. Тем не менее существуют некоторые проблемы, вызывающие разногласия в науке, и связанные с ними различные предложения о юридикации данного явления, которые будут рассмотрены ниже.

Начнем с определения объекта преступления. Существует мнение, что родовым объектом сталкинга всегда является личность [6, с. 53]. Следствием «сталкинга» является ущерб личной жизни преследуемого и его карьере.

Согласно иной точке зрения объектом посягательства являются свобода личности, частная жизнь человека, иногда преступное преследование может причинить физический вред [9, с. 55].

На наш взгляд, рассматриваемое деяние, прежде всего, посягает на конституционные права потерпевшего. Человек, обладая конституционным правом на неприкосновенность частной жизни, соответственно определяя ее границы, самостоятельно очерчивает круг своего общения и близких людей, а также отгораживается от людей, с которыми по каким-либо причинам общаться не желает. Осуществляя преследование, злоумышленник намеренно и грубо вторгается в частную жизнь потерпевшего, тем самым нарушая его конституционные права не только на неприкосновенность частной жизни, но и на иные права, как было отмечено выше.

Наибольшее число споров в науке вызывает объективная сторона stalking и его отграничение от других противоправных деяний. Stalking может заключаться в самых разнообразных действиях.

Самыми частыми из них являются телефонные звонки, сообщения в мессенджере, смс, сообщения по электронной почте, нахождение поблизости, слежка. Нередко stalkеры дарят цветы и подарки преследуемым, заказывают без их ведома товары в интернет-магазинах на их имя, присылают запугивающие вещи, например, убитых животных, птиц, экскременты [3, с. 32]. Преследование также может включать: подстерегание жертвы, повторяющиеся, прямые или косвенные угрозы причинения вреда жертве, детям жертвы, родственникам, друзьям или домашним животным и другое [4, с. 104].

Проанализируем зарубежное законодательство, касающееся уголовной ответственности за stalking. Так, уголовная ответственность за преследование (stalking) в Германии была закреплена в 2007 г. в §238 StGB. Под stalking в Германии понимаются: попытки нежелательных контактов с жертвой с помощью различных средств связи или через третьих лиц; злоупотребление использованием персональных данных для заказа товаров или услуг для жертвы; поиск близости с жертвой; угроза причинением вреда жертве или ее близким, угроза лишением свободы, убийством; распространение или доведение до всеобщего сведения изображения этого лица, одного из его родственников или другого близкого ему человека; распространение порочащего контента «от имени» жертвы и другие действия, которые существенно влияют на привычный образ жизни («сравнимые» с указанными).

С 1993 г. в Уголовном кодексе Канады наряду с такими составами как клевета, причинение вреда, угроза применения насилия, принуждение, в статье 264 (1) закреплено уголовно-наказуемое преследование. К признакам незаконного преследования в Канаде относятся: отсутствие законодательного основания на осуществление преследования; преследование должно быть навязчивым, систематическим, но если своими действиями сталкер заставляет жертву чувствовать опасность за свою жизнь, то достаточно и однократного эпизода. Примерами уголовно-наказуемого преследования могут служить слежение за местом жительства, работы, «следование по пятам», общение с близкими людьми жертвы, постоянные звонки и сброс после ответа, любые нежелательные контакты в сети Интернет (электронная почта, чаты, социальные сети и т.д.), смс-сообщения, голосовые сообщения, нежелательные подарки, выведывание информации у друзей и родственников и пр. Поведение преследователя должно носить нежелательный характер и причинять дискомфорт, стресс.

Понятие сталкинга в Великобритании введено Законом о защите свобод (Protection of Freedoms Act), вступившим в силу 25 ноября 2012 года. Законодательное определение преследования, так же как и в большинстве стран, отсутствует. Закон специально оговаривает, что лицо, о поведении которого идет речь, знает или должно знать, что такое поведение равносильно преследованию другого лица. Статья 2 (А) Закона содержит перечисление действий, которые могут быть основанием для квалификации деяния как уголовно наказуемого, данный перечень не является исчерпывающим. Примерами преступного поведения, при условии, что подобные действия причиняют неудобство, стресс, опасения за свою жизнь, оказывают существенное негативное влияние на обычную жизнь могут служить: слежка за человеком; попытка нежелательного контакта с жертвой как личного, так и в виртуальном пространстве; контроль в социальных сетях, отслеживание информации о человеке; нежелательные звонки и сообщения, публикация сообщений от имени другого лица, «склонение» без дела в любом месте, нарушение неприкосновенности имущества.

Преследование по законодательству США (18 U.S. Code § 2261A – Stalking) – это комплекс действий, связанных не только с причинением физической боли, физического вреда, но также направленных на причинение беспокойства (слова, действия, направленные на конкретного человека, не

имеющие никакой специальной цели, кроме как досадить, вызвать чувство тревоги), действия, вызывающие эмоциональные страдания, депрессию, психическое расстройство, чувство стыда, панику, шок, смущение, страх перед смертью или серьезными телесными повреждениями. Для признания деяния уголовно наказуемым необходимо наличие умысла на причинение вреда физического или морального.

Уголовная ответственность за преследование в Польше введена 25 февраля 2011 г., данный тип запрещенного деяния помещен в раздел преступлений против свободы (ст. 190а). Определение понятия преследования в законодательстве Польши отсутствует, в Кодексе также нет примерного перечня запрещенных действий, закон говорит о «постоянном преследовании», однако норма статьи предусматривает нежелательные последствия, которые непременно должны наступить в результате преследования, такие как «оправдываемое обстоятельствами чувство тревоги», «унижение или мучения», «существенное нарушение частной жизни». Отсутствие негативных последствий исключает привлечение лица к уголовной ответственности.

В Уголовном кодексе Швейцарии также содержится норма, запрещающая преследование. В соответствии со статьей 179septies любое лицо, использующее телекоммуникационное оборудование для того, чтобы причинить беспокойство другому лицу или изводить его, по жалобе подлежит уголовной ответственности.

Согласно § 360а Уголовного кодекса Словакии (Опасное преследование) уголовной ответственности подлежит любой, кто преследует другое лицо в течение длительного времени таким образом, что это может вызвать обоснованное опасение за его жизнь или здоровье, жизнь или здоровье близкого ему человека либо существенно ухудшить качество его жизни. Способами осуществления преследования являются: угроза причинением телесных повреждений или иного вреда ему или близкому ему лицу, поиск личной близости или следование за жертвой, связь с жертвой через третье лицо или службу электронной связи, в письменной форме или иным образом против его воли, злоупотребление своими личными данными с целью получения личного или иного контакта с жертвой и иные действия, ограничивающие привычный образ жизни жертвы.

Таким образом, перечень действий, осуществляемых сталкером, может быть самым разнообразным и иногда пересекаться с другими преступлениями.

Но стоит выделить общие признаки таких действий. Сталкинг – система действий, направленных на установление нежелательного и навязчивого контакта с другим человеком против воли последнего. Систематичность подобных действий – критерий, который может быть установлен только в совокупности с теми чувствами, которые испытывает жертва, подвергнутая преступному посягательству, а также с правоограничениями, которым она вынужденно подвергается для самозащиты. Эти признаки отличают сталкинг от других правонарушений и выделяют его в качестве самостоятельного общественно опасного деяния.

Несмотря на то, что мы выделили сталкинг в качестве самостоятельного деяния, возникают вопросы по поводу его разграничения с другими преступлениями. Так, некоторые действия в рамках сталкинга в рассмотренном нами зарубежном законодательстве тождественны ряду отдельных преступлений, предусмотренных Уголовным кодексом РФ – ст. 119 УК РФ «Угроза убийством или причинением тяжкого вреда здоровью», ст. 137 УК РФ «Нарушение неприкосновенности частной жизни», ст. 138 УК РФ «Нарушение тайны переписки, телефонных переговоров, почтовых, телеграфных или иных сообщений», ст. 138.1 УК РФ «Незаконный оборот специальных технических средств, предназначенных для негласного получения информации», ст. 139 УК РФ «Нарушение неприкосновенности жилища», ст. 167 УК РФ «Умышленные уничтожение или повреждение имущества», ст. 272 УК РФ «Неправомерный доступ к компьютерной информации» [10, с. 31].

На наш взгляд, при наличии в действиях stalkера признаков иных, уже существующих составов преступлений, следует квалифицировать такие деяния по совокупности преступлений.

При квалификации деяний преступника в качестве сталкинга, как мы отмечали, нужно учитывать его характерные признаки: систематичность действий, направленных на нежелательный контакт с жертвой, в совокупности с теми негативными чувствами, которые испытывает потерпевший, а также правоограничениями и вынужденным изменением образа жизни, с которыми столкнулся потерпевший (вынужденный переезд, смена места работы или учебы и т.п.). Психическое состояние потерпевшего может быть определено посредством проведения соответствующей судебной экспертизы и иных доказательств, свидетельствующих о таком состоянии у потерпевшего до возбуждения уголовного дела на протяжении определенного периода времени

(например, медицинские справки, показания свидетелей). При этом следует выявлять причинно-следственную связь между противоправными действиями преступника и психоэмоциональным состоянием потерпевшего или изменением образа жизни.

Теперь следует обсудить форму вины при stalking. Отмечается, что виновный осознает, что вмешивается в сферу частной жизни жертвы, поскольку также может получать о ней определенные сведения (например, наблюдая за жилищем или встречами потерпевшего) [11, с. 193]. Учитывая систематичность и характер совершаемых действий, трудно представить, что они могут совершаться по неосторожности. В данном случае, мотив является факультативным признаком субъективной стороны преступления. Таким образом, stalking может быть совершен с прямым умыслом. Виновный должен осознавать и отдавать себе отчет в том, что своим навязчивым вниманием, оказываемым против воли потерпевшего, противоправно вторгается в сферу его частной жизни и причиняет тем самым эмоциональный дискомфорт потерпевшему или иные негативные последствия.

Итак, в данной статье были рассмотрены вопросы необходимости криминализации stalking в России. По нашему мнению, такая необходимость обусловлена общественной опасностью деяния, выражающейся, в частности, в причинении эмоциональных страданий потерпевшему и/или вынужденном изменении образа его жизни. Существующие составы преступлений не позволяют в полной мере учитывать совершаемые stalkерами действия, вследствие чего деяния остаются безнаказанными, латентными и могут влечь более тяжкие последствия.

На основании всего вышеизложенного можно предложить следующую редакцию нового состава преступления:

«УК РФ статья ... Противоправное преследование

Умышленное осуществление лицом систематических действий по установлению нежелательного контакта с другим лицом помимо воли последнего, повлекшее за собой тяжкие последствия, -

наказывается ...

Примечания.

1. К систематическим действиям по установлению нежелательного контакта с другим лицом помимо воли последнего могут относиться навязчивое регулярное подстерегание лица и следование за ним, осуществление слежки,

многочисленные в течение короткого промежутка времени телефонные звонки, сообщения в мессенджере, смс, сообщения по электронной почте и иные действия, направленные на установление такого контакта.

Систематичность указанных действий устанавливается с учетом их количества, интенсивности, намеренности, содержания и обоснованности, а также периода их осуществления. При этом период осуществления таких действий должен составлять не менее 6 месяцев.

2. К тяжким последствиям применительно к настоящей статье относятся существенное ограничение привычного образа жизни потерпевшего, вынужденная смена им места своего жительства, работы и (или) учебы, причинение вреда психическому здоровью потерпевшего».

Предложенные изменения в уголовном законодательстве позволят эффективнее защищать конституционное право на неприкосновенность частной жизни и ограждать граждан от нежелательного взаимодействия с другими людьми, чем будет охраняться их психологическое и эмоциональное состояние, а также привычный уклад жизни.

Список литературы

1. Сторубленкова, Е. Г. Сталкинг: синдром навязчивого преследования / Е. Г. Сторубленкова, В. Л. Самуткин // Пробелы в российском законодательстве. – 2017. – № 6. – С. 278-281.
2. Каражелясков, Б. А. Актуальные проблемы назначения наказания за сталкинг (преследование) в Российской Федерации / Б. А. Каражелясков // Аграрное и земельное право. – 2019. – № 6(174). – С. 131-132.
3. Зипельмайер, О. Психосоциальное и психотерапевтическое консультирование женщин, пострадавших от сталкинга / О. Зипельмайер // Социальное обслуживание семей и детей: научно-методический сборник. – 2020. – № 19. – С. 30-39.
4. Корнилова, Т. В. Ответственность за преследование (сталкинг) в России и за рубежом / Т. В. Корнилова, Ж. Э. Емельянова // Вестник Сургутского государственного университета. – 2022. – № 3(37). – С. 100-106.
5. Границкая, А. А. К вопросу об общественной опасности сталкинга / А. А. Границкая // Инновации. Наука. Образование. – 2023. – № 73. – С. 119-123.

6. Рыжова, О. А. Об ответственности за stalking в Российской Федерации и в зарубежных странах / О. А. Рыжова, Ю. С. Корнишина // Наука. Общество. Государство. – 2018. – Т. 6, № 4(24). – С. 49-55.
7. Барышева, К. А. Преследование как новый вид уголовно-наказуемого деяния / К. А. Барышева // Пробелы в российском законодательстве. – 2016. – № 8. – С. 178-182.
8. Сапранкова, Т.Ю. К вопросу о совершенствовании направлений уголовно-правовой охраны неприкосновенности частной жизни / Т. Ю. Сапранкова // Пробелы в российском законодательстве. – 2018. – № 3. – С. 389-391.
9. Мясникова, А. М. Криминализация stalking / А. М. Мясникова, Е. Г. Цуканова // Виктимология. – 2016. – № 3(9). – С. 53-56.
10. Куликов А.В., Егорычева Е.А. Проблемы и перспективы криминализации stalking в России // Известия ТулГУ. Экономические и юридические науки. 2022. №3. – С. 29-34.
11. Бардовская, А. Ю. Сложность квалификации преступлений, предусмотренных статьей 137 Уголовного кодекса Российской Федерации / А. Ю. Бардовская // Вестник Сибирского юридического института МВД России. – 2023. – № 3(52). – С. 190-195.

© К.И. Аникин, 2025

**СЕКЦИЯ
АДМИНИСТРАТИВНОЕ
ПРАВО**

**ДИСЦИПЛИНАРНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ
КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ
ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ**

Головачева Ольга Андреевна

магистрант 2 курса

Научный руководитель: **Утрендеева Халида Низамиевна**

к.ю.н., доцент

Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал),
ФГАОУ ВО «Крымский федеральный
университет им. В.И. Вернадского»

Аннотация: В статье рассматриваются теоретические и практические аспекты дисциплинарной ответственности государственных служащих как важнейшего элемента системы управления государственной службой. Произведен анализ существующих механизмов дисциплинарного воздействия, их эффективность и влияние на качество государственного управления.

Ключевые слова: государственная служба, дисциплинарная ответственность, дисциплинарные взыскания, эффективность управления, служебная дисциплина, правовое регулирование.

**DISCIPLINARY RESPONSIBILITY AS A TOOL
IMPROVING THE EFFICIENCY OF PUBLIC SERVICE**

Golovacheva Olga Andreevna

Abstract: The article examines the theoretical and practical aspects of disciplinary responsibility of civil servants as an essential element of the civil service management system. The analysis of the existing mechanisms of disciplinary action, their effectiveness and impact on the quality of public administration is carried out.

Key words: civil service, disciplinary responsibility, disciplinary penalties, management effectiveness, official discipline, legal regulation.

Дисциплинарная ответственность представляет собой особую форму юридической ответственности, которая реализуется в рамках трудовых правоотношений и является одним из ключевых инструментов обеспечения надлежащего исполнения должностных обязанностей государственными служащими [3].

Государственная служба как особый вид профессиональной деятельности характеризуется повышенной социальной значимостью и требует от служащих строгого соблюдения служебной дисциплины. Дисциплинарная ответственность в данном контексте выступает как мера принуждения, направленная на обеспечение надлежащего исполнения должностных обязанностей.

Механизм реализации дисциплинарной ответственности заключается в своевременном обнаружении совершенного дисциплинарного проступка совершенного государственным служащим, проведении служебной проверки с полным, объективным и всесторонним установлением факта совершения служащим дисциплинарного проступка, вины служащего, причины и условий, способствовавших совершению служащим дисциплинарного проступка, характера и размера вреда, причиненного служащим в результате дисциплинарного проступка, обстоятельств, послуживших основанием для письменного заявления служащего о проведении служебной проверки, для принятия решения о необходимости применения дисциплинарного взыскания руководствуясь ст. 192 Трудового кодекса Российской Федерации [1].

Порядок применения дисциплинарных взысканий регламентируется Федеральным законом «О государственной гражданской службе Российской Федерации» и включает обязательное соблюдение процессуальных гарантий для государственного служащего.

Эффективность дисциплинарной ответственности возможно определить следующими факторами:

- Своевременность применения взысканий;
- Соответствие тяжести нарушения виду взыскания;
- Прозрачность процедуры привлечения к ответственности;
- Наличие механизмов обжалования.

Дисциплинарную ответственность как инструмент повышения эффективности государственной службы возможно рассмотреть как способ

к решению основных проблем в сфере дисциплинарной ответственности государственных служащих, а именно: исключения формального подхода к применению взысканий, отсутствия единой практики применения дисциплинарных мер, недостаточной профилактической работы, сложности доказывания дисциплинарных правонарушений.

Введение института дисциплинарной ответственности в систему государственной службы является ключевым элементом обеспечения ее эффективности и надлежащего функционирования [5].

Эффективность государственной службы напрямую зависит от соблюдения служащими установленных правил и норм поведения, а также от своевременного и адекватного реагирования на нарушения этих правил. Дисциплинарные взыскания, такие как замечание, выговор, предупреждение о неполном должностном соответствии, увольнение, призваны не только наказывать виновных, но и предотвращать совершение аналогичных нарушений в будущем.

Применение дисциплинарных мер должно основываться на принципах законности, справедливости, соразмерности и неотвратимости. Важно, чтобы процедура привлечения к ответственности была четко регламентирована и обеспечивала защиту прав государственных служащих [3]. Объективное и беспристрастное рассмотрение каждого случая дисциплинарного проступка способствует укреплению доверия к государственной службе и повышению ее авторитета.

В заключение, следует отметить, дисциплинарная ответственность является необходимым инструментом для поддержания высокого уровня профессионализма и ответственности государственных служащих. Эффективное применение мер дисциплинарного воздействия способствует повышению качества государственных услуг и укреплению законности в деятельности органов государственной власти [4].

Дисциплинарная ответственность является важнейшим инструментом повышения эффективности государственной службы. Для достижения максимальной результативности необходимо совершенствование механизмов ее реализации, обеспечение единообразия правоприменительной практики и усиление профилактической составляющей.

Список литературы

1. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 г. № 197-ФЗ (ред. от 07.04.2025) // СЗ РФ. – 2002. – № 1. – Ст. 3.
2. Федеральный закон «О государственной гражданской службе Российской Федерации» от 27.07.2004 г. № 79-ФЗ (ред. от 08.08.2024) [Текст] // Собрание законодательства РФ. – 2004. – № 31. – Ст. 3215.
3. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 17.03.2004 № 2 «О применении судами Российской Федерации Трудового кодекса Российской Федерации» [Текст] // Официальные документы в образовании. – 2016. – № 12.
4. Брежнев О. В. Проблемы законодательного регулирования дисциплинарной ответственности государственных гражданских служащих за коррупционные правонарушения [Текст] / О. В. Брежнев // Государственная власть и местное самоуправление. – 2023. – № 9. – С. 9-12.
5. Добробаба М. Б., Чаннов С. Е., Пресняков М. В. Дисциплинарная ответственность: правовые механизмы обеспечения эффективности в системе госслужбы [Текст] : монография – М. : Изд-во Норма, 2023. – 352 с.

© О.А. Головачева, 2025

**СЕКЦИЯ
БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ
И НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ**

НОРМАЛИЗАЦИЯ БУХГАЛТЕРСКОЙ ОТЧЕТНОСТИ В ПРОЦЕССЕ ОЦЕНКИ БИЗНЕСА

Ткаченко Даниил Витальевич

студент

Научный руководитель: **Семёнова Римма Александровна**

доцент

ФГБОУ ВО «Сибирский государственный
университет водного транспорта»

Аннотация: В статье рассмотрена процедура корректировки бухгалтерской отчетности, которая является важным этапом в процессе оценки стоимости бизнеса. Данный финансовый инструмент имеет как плюсы, так и минусы.

Ключевые слова: оценка бизнеса, финансовая отчетность, нормализация финансовой отчетности.

NORMALIZATION OF ACCOUNTING STATEMENTS IN THE BUSINESS EVALUATION PROCESS

Tkachenko Daniil Vitalievich

Scientific adviser: **Semenova Rimma Aleksandrovna**

Abstract: The article discusses the procedure for adjusting accounting statements, which is an important step in the process of assessing the value of a business. This financial instrument has both advantages and disadvantages.

Key words: business valuation, financial reporting, normalization of financial statements.

В России за последние 25 лет произошел значительный рост торговых отношений. Однако, несмотря на это, продажа существующего бизнеса в нашей стране является относительно новым явлением так же, как и оценка стоимости предприятий.

Важно отметить, что данное направление продолжает активно развиваться, и на сегодняшний день одной из главных задач при оценке стоимости бизнеса является снижение риска необъективной оценки, которая может нанести вред как покупателю, так и продавцу. Для этого используется метод нормализации бухгалтерской отчетности.

В теории и практике оценки предприятия анализ финансово-хозяйственной деятельности является неотъемлемой частью отчета об оценке или экспертного заключения. Для достижения более точных результатов финансовые отчеты подвергаются тщательному анализу и нормализации. В общем случае, нормализация финансовой отчетности означает внесение корректировок. Целью нормализации является определение доходов и расходов, характерных для нормально функционирующего бизнеса, то есть выявление денежного потока, который обеспечивает нормальное функционирование предприятия с заданным уровнем воспроизводства [6].

Это также необходимо для определения реального финансового положения предприятия и обеспечения объективности оценочных заключений, основанных на реальных показателях деятельности предприятия.

Таким образом, важность данной темы заключается в том, что человек, заинтересованный в покупке бизнеса, может совершить выгодную сделку и снизить риски, связанные с налогами и финансами. Налоговый риск возникает, когда бизнес приобретается с недостоверной отчетностью, что может привести к проверке и убыткам. Финансовый риск возникает, если бизнес приобретается по завышенной цене, что может привести к убыткам для инвестора. Страховые организации, кредиторы и партнеры также могут понести убытки, если не оценят риски заблаговременно. Однако правильный подход к оценке рисков позволит избежать или минимизировать их влияние.

Можно сказать, что процесс оценки стоимости бизнеса является очень информативным и требует больших усилий. Важную роль в этом процессе играет анализ финансовой отчетности. Перед тем, как приступить к анализу финансово-хозяйственной деятельности компании, обычно проводится реструктуризация финансовой отчетности, которая включает четыре этапа: корректировку за инфляцию, нормализацию бухгалтерской отчетности, преобразование бухгалтерской отчетности и расчет относительных показателей. Теперь перейдем к изучению нашей темы, а именно к нормализации бухгалтерской отчетности.

Одним из способов подготовки внутренней финансовой документации для процесса оценки является нормализация бухгалтерской отчетности. Это означает, что финансовые отчеты подвергаются тщательному анализу и корректировкам с целью определения доходов и расходов, характерных для нормально функционирующего бизнеса.

Нормализация необходима для получения объективного оценочного заключения, основанного на реальных показателях деятельности предприятия. Далее мы рассмотрим и охарактеризуем различные способы нормализации бухгалтерской отчетности. Это необходимо для того, чтобы упростить процесс оценки и сделать его более объективным. Однако следует учитывать, что возможность вносить корректировки может привести к увеличению субъективности и, как следствие, повлиять на итоговую стоимость.

Кроме того, не всегда корректировки по отдельным статьям баланса и денежного потока являются обоснованными, если они не могут быть использованы для анализа и прогнозирования деятельности компании [4].

При анализе финансовой отчетности оценщик должен обосновать необходимость и правильность внесенных корректировок.

Направления нормализующих корректировок включают в себя:

1. Корректировку необычных, одноразовых и неоперационных доходов и расходов;
2. Изменение методов учета операций (например, учет запасов) или метода начисления амортизации;
3. Корректировку финансовой отчетности для определения рыночной стоимости активов.

Для оценки бизнеса необходимо проводить нормализацию бухгалтерской отчетности, которая позволяет убрать из нее разовые, нетипичные и неоперационные доходы и расходы, а также скорректировать методы учета операций и начисления амортизации. Объем корректировок может меняться в зависимости от целей оценки. В отчете по оценке необходимо детально описать все проведенные корректировки и изменения показателей в бухгалтерской отчетности, которые были получены в результате нормализации.

Экономисты выделяют три основных направления нормализации: корректировку разовых, нетипичных и неоперационных доходов и расходов, корректировку методов учета операций и начисления амортизации, а также

корректировку данных бухгалтерской отчетности для определения рыночной стоимости активов [7].

Для проведения корректировки разовых, нетипичных и неоперационных доходов и расходов необходимо проанализировать доходы и расходы компании за определенный период и выявить, какие из них являются типичными для данного бизнеса. Нетипичные доходы и расходы не должны учитываться при оценке бизнеса. Именно для этой цели и проводится нормализация финансовой отчетности.

Для того чтобы правильно оценить стоимость предприятия, оценщику необходимо внимательно изучить все разовые, нетипичные и неоперационные доходы и расходы, которые могут исказить реальную картину финансового состояния предприятия. Если эти доходы и расходы не будут учтены, то оценка стоимости предприятия будет завышена, что может привести к неправильным решениям при покупке или продаже бизнеса. Поэтому оценщик должен подойти к анализу деятельности предприятия с особой внимательностью, чтобы не упустить никаких факторов, которые могут повлиять на оценку стоимости.

Необходимо учитывать, что методы средней себестоимости и ФИФО не отражают реальную рыночную стоимость запасов, даже если они применяются для оценки запасов в течение года. При проведении корректировок оценщик должен выяснить, какой метод используется на оцениваемом предприятии и в компании-аналоге, а также проанализировать, менялся ли метод в течение анализируемого периода. Если есть расхождения, то необходимо внести корректировки [4].

Размер прибыли предприятия также зависит от выбранного метода начисления амортизации для основных фондов и нематериальных активов. Согласно принципам бухгалтерского учета, первоначальная стоимость этих активов должна быть распределена в течение их предполагаемого срока эксплуатации

Амортизация в бухгалтерском учете – это не уменьшение стоимости объекта или его физический износ, а процесс списания стоимости актива на протяжении его полезного срока. Доля амортизации в стоимости продукции показывает эффективность использования средств труда. Это не метод оценки, а процедура распределения стоимости актива на определенный период времени.

Сумма амортизации зависит от первоначальной стоимости объекта, его предполагаемого срока службы и выбранного метода учета. Результатом нормализации финансовой отчетности должен стать нормализованный баланс, представляющий собой скорректированный баланс, в котором все статьи баланса отражены по рыночной стоимости на дату оценки, и нормализованный отчет о результатах деятельности [9].

Нормализованная финансовая отчетность может использоваться только для целей оценки стоимости предприятия. Следует также отметить, что корректировки, связанные с нарушениями в применении принципов учета бухгалтерами, а также корректировки, связанные с отклонениями от законодательных норм и правил и существующих стандартов учета на предприятиях, неосуществляются оценщиком, а являются прерогативой профессионального аудитора [11].

Таким образом, можно сделать вывод, что корректировка бухгалтерской (финансовой) отчетности является важным этапом в процессе оценки стоимости бизнеса. Этот финансовый инструмент имеет как преимущества, так и недостатки. Корректировки могут быть следующими: единовременные, внеплановые, внереализационные доходы и расходы; корректировки нефункциональных активов; корректировки методов учетных операций или методов начисления амортизации; корректировки учетных данных для определения рыночной стоимости актива.

Список литературы

1. "Конституция Российской Федерации" (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 N 6-ФКЗ, от 30.12.2008 N 7-ФКЗ, от 05.02.2014 N 2-ФКЗ, от 21.07.2014 N 11-ФКЗ)// Справочно-правовая система «Консультант Плюс»: [Электронный ресурс] / СПС «Консультант Плюс».

2. Гражданский Кодекс Российской Федерации от 30.11.1994 №51-ФЗ (в ред. от 07.02.2017)// Справочно-правовая система «Консультант Плюс»: [Электронный ресурс] / СПС «Консультант Плюс».

3. "Налоговый кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 N 146-ФЗ (ред. от 28.12.2016)// Справочно-правовая система «Консультант Плюс»: [Электронный ресурс] / СПС «Консультант Плюс».

4. Федеральный закон от 29.07.1998 N 135-ФЗ (ред. от 03.07.2016, с изм. от 05.07.2016) "Об оценочной деятельности в Российской Федерации" (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2017))// Справочно-правовая система «Консультант Плюс»: [Электронный ресурс] / СПС «Консультант Плюс».

5. Бурмистрова Л. М., Финансы организаций (предприятий): Учебное пособие / 2-е изд. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2020. - 240 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование)

6. Царев, В. В. Оценка стоимости бизнеса. Теория и методология [Электронный ресурс] : учеб. пособие для студентов вузов по специальностям 080105 «Финансы и кредит» и 090109 «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» / В. В. Царев, А. А. Кантарович. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2019. - 572 с.

7. Чеботарев, Н. Ф. Оценка стоимости предприятия (бизнеса) [Электронный ресурс] : Учебник для бакалавров / Н. Ф. Чеботарев. - 3-е изд. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2020.

8. Л.В. Пономарева, Н.Д. Стельмашенко. Бухгалтерская (финансовая) отчетность: Учеб.пособие М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2021.224 с.

9. Трунина, В. Ф., Хохлова, С. В. Нормализация финансовой отчетности в целях оценки бизнеса// Научная библиотека КиберЛенинка , 2020.

10. Мезенцева, О. В., Мезенцева, А. В. Механизм адаптации процесса нормализации операционной прибыли и денежного потока для российских предприятий в оценочной и аналитической деятельности.//Научная библиотека КиберЛенинка, 2019.

11. Касьяненко, Т.Г.. Преобразование финансовой отчетности предприятия для целей оценки бизнеса: учеб. пособие / Т.Г. Касьяненко. - СПб. : Изд-во СПбГУЭФ,2011.- 167 с.. 2020.

© Д.В. Ткаченко

**СЕКЦИЯ
ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ
ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ**

**ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА УПРАВЛЕНИЯ РАСХОДАМИ
СУБФЕДЕРАЛЬНОГО БЮДЖЕТА В ИНТЕРЕСАХ
УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА**

Киреева Ольга Геннадьевна

студент

ФГБОУ ВО «МГУ им. Н.П. Огарёва»

Аннотация: В статье рассматриваются особенности управления расходами регионального бюджета, а также влияние управленческого аспекта на эффективность осуществления процесса финансирования различных сфер общественной жизни, за счет которых достигается финансовая стабильность и устойчивое развитие региона.

Ключевые слова: региональный бюджет, расходы бюджета, финансирование, устойчивое развитие, эффективность, государственные программы.

**IMPROVING THE QUALITY OF SUB-FEDERAL BUDGET
EXPENDITURE MANAGEMENT IN THE INTERESTS
OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE REGION**

Kireeva Olga Gennadievna

Abstract: The article examines the features of regional budget expenditure management, as well as the impact of the management aspect on the effectiveness of the financing process for various spheres of public life, through which financial stability and sustainable development of the region are achieved.

Key words: regional budget, budget expenditures, funding, sustainable development, efficiency, government programs.

Осуществление качественного управления бюджетными ресурсами региона предполагает способность органов государственной власти субъектов Российской Федерации обеспечить финансовую стабильность и устойчивое развитие подконтрольной им территории, особенно в периоды экономических вызовов.

Согласно Приказу Министерства финансов Российской Федерации «О порядке осуществления мониторинга и оценки качества управления региональными финансами» выделяют 7 основных направлений оценки качества управления региональными финансами:

- 1) бюджетное планирование;
- 2) исполнение бюджета;
- 3) управление государственным долгом;
- 4) финансовые взаимоотношения с муниципальными образованиями;
- 5) управление государственной собственностью и оказание государственных услуг;
- 6) открытость бюджетных данных;
- 7) индикаторы, характеризующие выполнение указов Президента Российской Федерации [3].

Чаще всего при оценке качества управления расходами регионального бюджета принято уделять внимание именно процессам планирования и исполнения бюджета. Для этого используются данные органов государственной власти субъектов Российской Федерации о ходе бюджетного процесса, представленные на их официальном сайте.

При оценке качества управления расходами субфедерального бюджета чаще всего в первую очередь обращают внимание на совпадение плановых и фактических бюджетных показателей. В процессе планирования и прогнозирования значений показателей регионального бюджета важно учитывать стратегии и прогнозы социально-экономического развития региона для наиболее точного результата.

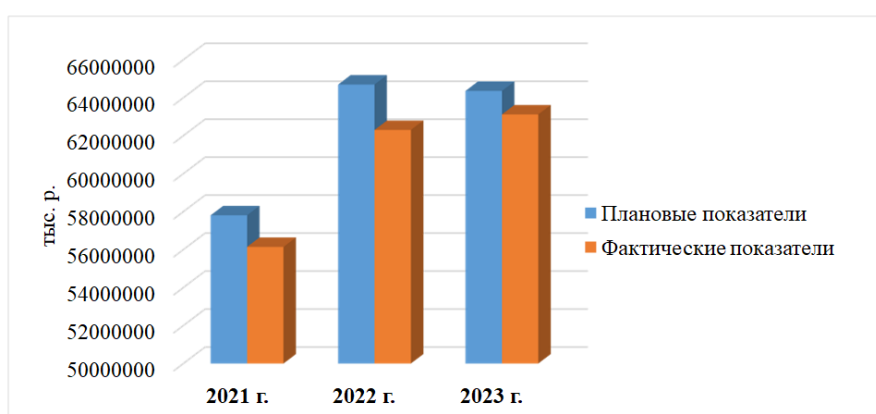


Рис. 1. Сравнение плановых и фактических показателей расходов регионального бюджета Республики Мордовия за 2021-2023 гг.

*ЭКОНОМИКА, ПРАВО, ОБЩЕСТВО СЕГОДНЯ:
ОЦЕНКИ, ПРОБЛЕМЫ, ПУТИ РЕШЕНИЯ*

Как мы можем наблюдать на рисунке 1 плановые показатели расходов республиканского бюджета Республики Мордовия обычно выше их фактических значений. Минимальная разница между ними наблюдается в 2023 году – фактические значения ниже плановых на 1,9 %, в то время как максимальная разница между ними составила 3,7 % в 2022 году [2].

Принято считать, что чем меньше разница между плановыми и фактическими показателями, тем выше качество управления региональными финансами. В целом по мнению большинства авторов при должном уровне качества управления региональными финансами допустимым отклонением между плановыми и фактическими значениями показателей считается не более 5 %.

Помимо сравнения плановых и фактических значений бюджетных показателей при оценке качества также обращают внимание на структуру расходных обязательств региона. Это нужно для того, чтобы понять приоритетные направления развития региона.

Рассмотрим структуру и удельный вес расходов регионального бюджета Республики Мордовия по итогам 2021-2023 годов (табл. 1) [2].

Таблица 1

**Структура и удельный вес расходов регионального бюджета
Республики Мордовия по итогам 2021-2023 гг.**

Показатель	на 01.01.2022 г.		на 01.01.2023 г.		на 01.01.2024 г.	
	тыс. р.	уд. вес, %	тыс. р.	уд. вес, %	тыс. р.	уд. вес, %
Общегосударственные вопросы	1801244,8	3,2	2025972,3	3,3	2437176,0	3,9
Национальная оборона	26314,9	> 0,1	28695,6	> 0,1	32896,0	> 0,1
Национальная безопасность и правоохранительная деятельность	317492,8	0,6	374516,5	0,6	405459,6	0,6
Национальная экономика	11910812,0	21,2	18757001,9	30,1	17610786,2	27,9
ЖКХ	2035917,3	3,6	3873404,3	6,2	3596811,2	5,7
Охрана окружающей среды	54073,3	0,1	308360,9	0,5	1616888,6	2,6
Образование	10946788,6	19,5	12188172,3	19,6	14212338,2	22,5
Культура, кинематография	1457266,3	2,6	1038066,5	1,7	1276205,0	2,0

*ЭКОНОМИКА, ПРАВО, ОБЩЕСТВО СЕГОДНЯ:
ОЦЕНКИ, ПРОБЛЕМЫ, ПУТИ РЕШЕНИЯ*

Продолжение таблицы 1

Здравоохранение	8711659,8	15,5	4947954,3	7,9	4446643,3	7,0
Социальная политика	12133845,1	21,6	13108088,2	21,0	12676748,0	20,1
Физическая культура и спорт	2555670,5	4,6	2367266,9	3,8	1738746,6	2,8
СМИ	150308,4	0,3	155120,8	0,3	172932,9	0,23
Обслуживание государственного и муниципального долга	1218907,4	2,2	461829,6	0,7	301031,9	0,5
Межбюджетные трансферты общего характера бюджетам субъектов РФ и муниципальных образований	2821525,3	5,0	2667268,7	4,3	2595483,5	4,1
Всего расходов	56141826,4	100	62301718,8	100	63120147,3	100

Как можно видеть из таблицы 1 основными направлениями финансирования являются такие категории как «Национальная экономика», «Образование», «Здравоохранение» и «Социальная политика». Именно на них ежегодно выделяется наибольший объем средств республиканского бюджета. Безусловным лидером по объему финансирования является статья расходов на «Национальную экономику», на которую ежегодно выделяется в среднем 26,5% от общего объема расходных обязательств.

Большая часть бюджетных расходов Республики Мордовия приходится на реализацию государственных программ в рамках определенных статей расходов. Согласно данным, представленным на сайте Министерства финансов Республики Мордовия в 2023 году около 96,6% от всех региональных расходов пошли на реализацию государственных программ. При этом большая часть бюджетных средств в рамках программных расходов приходится на следующие государственные программы:

- 1) «Развитие образования в Республике Мордовия» – около 20%;
- 2) «Развитие автомобильных дорог» – 15-20%;
- 3) «Развитие здравоохранения Республики Мордовия» – более 13%;
- 4) «Социальная поддержка граждан» – около 13%.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что расходы регионального бюджета Республики Мордовия имеют выраженную социальную направленность, которая заключается в инвестировании в человеческий

капитал, повышении уровня жизни населения, развитии устойчивых инфраструктурных проектов и т.д. В свою очередь это направлено на достижение устойчивого развития региона, которое возможно только должном уровне качества управления региональными финансами.

Стоит отметить, что в 2023 году Министерство финансов Российской Федерации осуществило собственный мониторинг качества управления региональными финансами, который включал в себя оценку качества управления бюджетными средствами по более, чем 100 показателям. По итогам данной оценки Республика Мордовия впервые с 2011 года переместилась из группы с низким качеством управления финансами в группу регионов с надлежащим качеством управления региональными финансами [1].

В качестве основных направлений повышения качества управления расходами регионального бюджета для достижения устойчивого социально-экономического развития субъекта федерации можно выделить:

- модернизация процессов планирования и прогнозирования расходов регионального бюджета;
- совершенствование процедуры исполнения расходных обязательств;
- мониторинг результатов использования бюджетных средств и оценка эффективности бюджета.

В целях повышения качества управления расходами регионального бюджета региональные органы власти могут использовать различные методы и подходы в зависимости от общегосударственных целей и индивидуальных особенностей развития территории.

В заключение, стоит отметить, что повышение качества управления расходами субфедерального бюджета является необходимым для устойчивого развития региона в будущем. Очень важно понимать, что бюджетный процесс требует постоянного внимания и своевременного реагирования на возникающие трудности. В связи с этим внедрение новых подходов и инновационных технологических решений может благоприятно сказаться на уровне качества управления региональными финансами.

Список литературы

1. Официальный портал органов государственной власти Республики Мордовия. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://e-mordovia.ru/>

2. Официальный сайт Министерства финансов Республики Мордовия. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.minfinrm.ru/>

3. Приказ Минфина России О порядке осуществления мониторинга и оценки качества управления региональными финансами : Приказ № 552 от 03.12.2010. – текст : электронный // Гарант : [справ.-правов. система]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_126489/4c28a0545397ec76cbe60b3fe3347e7527bf4532/.

© О.Г. Киреева, 2025

НАУЧНОЕ ИЗДАНИЕ

**ЭКОНОМИКА, ПРАВО, ОБЩЕСТВО СЕГОДНЯ:
ОЦЕНКИ, ПРОБЛЕМЫ, ПУТИ РЕШЕНИЯ**

Сборник статей

XII Международной научно-практической конференции,
состоявшейся 29 апреля 2025 г. в г. Петрозаводске.

Ответственные редакторы:

Ивановская И.И., Кузьмина Л.А.

Подписано в печать 01.05.2025.

Формат 60x84 1/16. Усл. печ. л. 8.95.

МЦНП «НОВАЯ НАУКА»

185002, г. Петрозаводск,

ул. С. Ковалевской, д.16Б, помещ.35

office@sciencen.org

www.sciencen.org

16+

НОВАЯ НАУКА

Международный центр
научного партнерства



NEW SCIENCE

International Center
for Scientific Partnership

МЦНП «НОВАЯ НАУКА» - член Международной ассоциации издателей научной литературы
«Publishers International Linking Association»

ПРИГЛАШАЕМ К ПУБЛИКАЦИИ

1. в сборниках статей Международных
и Всероссийских научно-практических конференций

<https://www.sciencen.org/konferencii/grafik-konferencij/>



2. в сборниках статей Международных
и Всероссийских научно-исследовательских,
профессионально-исследовательских конкурсов

<https://www.sciencen.org/novaja-nauka-konkursy/grafik-konkursov/>



3. в составе коллективных монографий

<https://www.sciencen.org/novaja-nauka-monografii/grafik-monografij/>



<https://sciencen.org/>